Promoción cultural
Una nueva mirada

Selección de lecturas

Compilación

Aida Martín Rodríguez



Centro Nacional de Superación para la Cultura
Colección Punto de Partida
La Habana, 2010

Promoción cultural
Una nueva mirada

Selección de lecturas
Colección Punto de Partida

Edición: Lic. María Ofelia Prendes Vazquez

Diagramación: Iriana Carrillo Marrero
Mario Ríos Argüelles

Diseño de cubierta:

Impresion:

ISBN:

Centro Nacional de Superación para la Cultura

Calle 15, entre Paseo y 2,
Plaza de la Revolucion,
Ciudad de la Habana,
Cuba.
Email: csuper@cnsc.cult.cu
Sitio web: http://www.superacion.cult.cu

Indíce

Prólogo

En el año 2008 vio la luz el texto Selección de lecturas sobre promoción cultural concebido inicialmente como complemento bibliográfico para el Curso de Técnico Medio en Promoción Cultural desarrollado en todo el país a partir de demandas institucionales y territoriales en dicha dirección de formación.

No obstante, la realidad ha permitido constatar que más allá del propósito original, la compilación dio respuesta y continua satisfaciendo necesidades imperiosas de aprendizaje en instituciones culturales u otras organizaciones sociales en provincias y municipios, que sostienen como propósito medular lograr el acercamiento permanente entre población y cultura, entre creadores/artistas y receptores, todos los que de una manera o de otra se benefician y viabilizan el enriquecimiento espiritual, la adquisición de conocimientos y la conformación de una estructura de valores signada por procesos de comunicación y participación, como ejes transversales que atraviesan toda acción de promoción cultural.

Esta nueva propuesta aparece como un continuo lógico en el acercamiento a otros temas sobre la promoción cultural que se integran a lo ya elaborado. Por su importancia social, significado y nivel de complejidad la promoción cultural nos convoca permanentemente a la reflexión y el análisis sobre los mejores modos de hacer, de investigar, de provocar transformaciones sustanciales, de evaluar impactos, así como de rescatar y formar públicos críticos y afiliados de modo regular a las diferentes opciones que conforman la programación cultural a lo largo del país.

En esta ocasión presentamos un conjunto de trabajos que plantean nuevas miradas, complementarias entre sí, que nos muestran los criterios de sus autores como resultado de saberes y experiencias acumulados en el tiempo. Estos artículos no pretenden agotar los temas, y constituyen a su vez un nuevo punto de partida para momentos posteriores en los que se producirán nuevas indagaciones necesarias en este bregar permanente a favor de la promoción cultural.

Nuevamente constituye un objetivo central del texto colaborar en la preparación de todos aquellos especialistas cuya labor cotidiana se centra, precisamente, en propiciar del mejor modo posible el proceso de gestión y promoción en todos aquellos espacios apropiados para dar a conocer los más relevantes productos del quehacer cultural contemporáneo. De modo que nos dirigimos a quienes desarrollan funciones como directivos, programadores, investigadores, docentes, instructores de arte y los que sustentan exactamente la responsabilidad como promotores en unos u otros ámbitos sociales.

Ninguna figura como la del maestro para ejercer influencia como promotor entre sus educandos, los bibliotecarios, trabajadores sociales en sus comunidades, miembros de organizaciones de diverso carácter en su alcance territorial y hasta entornos familiares resultan espacios de socialización y aprendizaje, de desarrollo de habilidades, de educación, formación de valores y apreciación de obras artísticas y literarias.

Los agentes que se involucran en la promoción cultural como ya sabemos son diversos, su labor es complementaria y aún considerando las especificidades de las tareas de cada uno, la resultante en cuanto a integración de esfuerzos es la que asegura esa visión de futuro que ha dado en llamarse Cultura General Integral: aspiración máxima en tanto alternativa de ser todos favorecidos de disfrutar de los mejores productos culturales nacionales y universales.

Presentamos a los lectores artículos sobre la antropología y su influencia en la promoción cultural; la importancia del ambiente para la creación en su concatenación con la labor que desarrollan los promotores culturales; las potencialidades de la promoción en su vínculo con la faena de los creadores; la promoción de las manifestaciones artísticas; los públicos en el sentido de las tendencias actuales y estrategias para rescatar y afiliar; así como una propuesta que es resultado de las experiencias desarrolladas en Cuba y en Venezuela en cuanto a la formación de promotores culturales en diversos campos de actuación.

La investigación continúa siendo la piedra angular para tiempos actuales y venideros, toda táctica, acción promocional en su planificación, ejecución y evaluación debe ir sistemáticamente acompañada de esa perspectiva indagatoria, de búsqueda y de las mejores alternativas para responder a expectativas culturales múltiples en territorios y comunidades.

Las decisiones acerca de la política a seguir en el sector cultural, la calidad, la jerarquización en lo que promovemos, el análisis y la búsqueda constante de acertadas maneras de incorporar públicos se nos presentan igualmente como desafíos para el presente y el futuro.

Esperamos que los materiales compilados resulten de utilidad para los interesados en su desempeño cotidiano y fundamentalmente valgan como un referente necesario para un objetivo mayor que nos compromete a todos: hacedores de sueños y constructores de cultura para estas y las próximas generaciones.

Aida Martín Rodríguez. Enero de 2010.

La gestión del ambiente para la creación

Una propuesta para la formación del Promotor cultural

M Sc. Julia Carriera Martínez

Introducción:

> *«…el conocimiento es una aventura en espiral que tiene un punto de partida histórico, pero no tiene término…»   Morin, E. (1999)*

El trabajo diario, sistemático, imperfecto, inacabado es la fuente reveladora de las necesidades crecientes del ser humano en su papel de productor de su propio desarrollo, en tanto lo coloca frente a los desafíos que ha de asumir en el complejo camino de aprendizaje y creación de la Cultura que lo hace.

Y cuando la Cultura es, simultáneamente, cuerpo y lecho, contenido y forma, los retos alcanzan dimensiones insospechadas y suponen un recorrido escabroso, espiral e infinito hacia la búsqueda de alternativas que, necesarias e insuficientes, serán siempre proposiciones mejorables, soluciones perfectibles.

Entre *islas de certezas en mares de incertidumbres* se construye hoy el conocimiento y se trabaja superando las fronteras estériles entre saberes, para fomentar espacios de interacción que fertilizan las experiencias de las diversas culturas, como modos de aproximación contemporáneo a la satisfacción de las necesidades humanas.

Es este el escenario en que se convoca a la reflexión comprometida y es aquí donde, desde la responsabilidad profesional y la demanda social, se propone valorar la contribución que la noción de Ambiente para la Creación puede hacer al desarrollo de un campo alternativo para la Gestión Cultural, como contenido esencial en la formación de los promotores culturales, proceso permanente que ha sido y es una de las tareas principales que asume y coordina el Centro Nacional de Superación para la Cultura.

El promotor cultural

> *«…así cada individuo porta prácticamente, de un modo vago, inacabado, toda la sociedad en él, toda su sociedad.» Morin, E. (1999)*

Cualquier aproximación a la categoría Cultura coloca al ser humano del siglo XXI ante la disyuntiva de ofrecer una versión simplificada y resumida en definiciones que intentarán incluir, sin lugar a dudas, todo el trabajo de construcción histórica del concepto que ha sido recorrido a lo largo del mismo camino que ha transitado el desarrollo de la sociedad.

Otra opción sería desatar un mar de especulaciones, para evadir compromisos cerrados e intentar un foro, de límites indefinibles, alrededor de las ideas que sobre el asunto existen.

De cualquier modo el abordaje del tema supone avances y retrocesos, experiencias y fabulaciones, realidades y deseos, aproximaciones y salidas, frustraciones y proyectos, para llegar a un punto de bifurcación donde caen en crisis nuestras capacidades predictivas y los resultados pueden ser inimaginables.

Y es que la Cultura, como realidad en construcción y categoría en permanente redefinición, convoca y desafía, porque los seres humanos estamos en el deber de seguir trabajando en su inevitable y necesaria configuración.

Así emerge la figura del **promotor cultural** en las dinámicas sociales orientadas al desarrollo humano, como alternativa para propiciar la coordinación de los procesos de articulación entre factores y agentes que hacen posible ese desarrollo.

El promotor cultural, por el papel que le está confiado, se define como componente necesario de los procesos de desarrollo sociocultural, pues ha de ejercer en ellos una función dinamizadora, y de hecho ha de ser portador de esos procesos como fortalezas que aseguran su competencia para tales desempeños.

El promotor cultural que ejerce su profesión en la diversidad de contextos que se reconocen en la América Latina actual está convocado a:

- propiciar la participación democrática en los procesos de desarrollo cultural que se producen en las dimensiones comunitaria y local, coordinando la realización de actividades que estimulen el protagonismo, la creatividad y el compromiso individual y colectivo;

- desarrollar y promover la participación de los seres humanos, que habitan en los espacios sociales en que actúa, en acciones de apreciación y creación artística y literaria para potenciar su realización espiritual y humana;

- participar y promover la participación en investigaciones socioculturales orientadas al rescate, conservación y revalorización de costumbres populares y tradiciones patrimoniales, que conforman las identidades y caracterizan, desde la perspectiva sociohistórica, a las comunidades y regiones en que labora;

- atender y potenciar la satisfacción de las necesidades de crecimiento espiritual de la población, mediante la gestión de proyectos de desarrollo sociocultural con enfoque participativo;

- propiciar el conocimiento y la comprensión de las políticas culturales que signan los límites de acción en las circunstancias comunitarias y locales, en su relación con los espacios nacionales, como fortalezas en tanto dominios para la solución de los problemas que caracterizan sus dinámicas;

- coordinar, desde el liderazgo, el trabajo mancomunado de los actores sociales cuya incidencia articulada dinamiza las relaciones y favorece el desarrollo comunitario y local;

- potenciar la participación de las personalidades de la cultura, las ciencias y otras áreas del saber humano, cuya obra goza de reconocimiento, en las actividades de desarrollo comunitario y local como expresión de su compromiso y responsabilidad social y

- fomentar la educación en valores como sello distintivo de su misión esencialmente formativa, lo que pone de manifiesto el carácter eminentemente educativo de su misión.

Para cumplir con estas funciones, cuyo alcance va más allá de instituciones y espacios tradicionales, para abarcar prácticamente la totalidad de las circunstancias de vida contemporánea, se hace necesario trabajar con sumo rigor en la formación permanente de estos profesionales que se identifican no solo como trabajadores del sector de la cultura, pues aparecen reconocidos, en su denominación y tareas asignadas, en muchas otras esferas de la arquitectura social.

En tal sentido existe consenso en la necesidad de diseñar para ellos el desarrollo de competencias profesionales, desbordando la antigua concepción de capacidades, porque se asumen como complejas configuraciones psicológicas que integran conocimientos, actitudes, aptitudes, intereses, valores, habilidades, comportamientos y otros recursos personológicos, asociados a la calidad del desempeño y condicionados por experiencias de aprendizajes previos que se actualizan en contextos determinados y transitan, en este caso, por las siguientes dimensiones, como áreas en que ha de expresarse su labor profesional:

-Dimensión investigativa

Para la coordinación del diagnóstico de necesidades, posibilidades y oportunidades y la evaluación del dominio de recursos instrumentales para la indagación, el procesamiento de la información, su interpretación y la elaboración y ejecución de propuestas de solución a los problemas identificados, a partir de la participación de todos los beneficiarios en calidad de protagonistas del proceso.

- Dimensión educativa

Lo que supone el dominio del sistema conceptual y de las herramientas metodológicas de la Educación Popular y otros saberes pedagógicos utilizables en espacios no escolarizados, en los que se requiere la acción educativa de amplio acceso, a partir del reconocimiento del diálogo de saberes y la construcción colectiva de conocimientos, como recursos comunicativos esenciales para la sensibilización y el compromiso que propicia la participación.

- *Dimensión política*

Desde la responsabilidad que reporta el manejo estratégico de las relaciones sociales (interpersonales e interinstitucionales) y la mediación en sus conflictos, teniendo en cuenta los criterios y decisiones de quienes protagonizan las dinámicas del desarrollo, para lograr respuestas a las convocatorias de participación.

- *Dimensión administrativa*

Para enfrentar el control de los recursos producidos de forma endógena o asignados por entidades que colaboren, y capacitar a los participantes en estas funciones en atención a la eficacia, eficiencia y efectividad de los procesos de desarrollo social a que están convocados, como auténticos fiscalizadores de la riqueza potencial con que cuentan.

- *Dimensión artística*

Para promover la ejecución y educar en la apreciación de las manifestaciones del arte, como oportunidades para el crecimiento espiritual que complementa la producción de bienes materiales y constituye esencia para la elevación de la calidad de vida para todos.

- *Dimensión comunicativa*

Como expresión del dominio de recursos y estrategias para el manejo intencional de las relaciones interpersonales e interinstitucionales, la negociación y el manejo de conflictos y el uso eficiente y oportuno de las tecnologías de la información y la comunicación, que resultan signos distintivos de la época actual.

- *Dimensión de liderazgo*

Supone poder de convocatoria y movilización, desde la autoridad reconocida por los actores del desarrollo sociocultural que promueve, el conocimiento de las nociones y dinámicas de la gestión comunitaria y el dominio de recursos para el trabajo en y con grupos.

- *Dimensión directiva*

Habilidades para la organización, la planificación, el control y la evaluación de los procesos culturales que coordina, así como de las interacciones humanas e institucionales que los dinamizan, en función del cumplimiento de los objetivos estratégicos identificados y orientados hacia el desarrollo .

- *Dimensión creativa*

Pensamiento y comportamiento caracterizados por la intencionalidad consciente, flexibilidad, amplitud, originalidad, elaboración, sensibilidad, conocimientos, visión estratégica, criticidad y eticidad para construir las soluciones necesarias y pertinentes, de acuerdo con las condiciones contextuales que se iden-

tifican y con los compromisos sociales asumidos, a partir de la articulación de saberes y experiencias emergentes de la participación.

- *Dimensión humanística*

Definición y uso de jerarquía de valores éticos, acordes con el modelo de ser humano que se construye en el contexto social a que pertenece, como expresión del compromiso, desde el respeto a la diversidad que configura a los seres humanos que serán protagonistas y beneficiarios de su propia gestión del desarrollo.

- Dimensión ambientalista

Para asumir y promover el comportamiento ecológico imprescindible hoy en toda obra de transformación sociocultural comprometida, en función de las condicionantes y demandas de los contextos particulares de actuación colectiva, y la potenciación responsable del manejo adecuado de los recursos patrimoniales, reconocibles en las perspectivas natural y social, como exigencia para el desarrollo.

La labor formativa encaminada al logro de profesionales así caracterizados y capaces, además de movilizar a quienes puedan complementar su propia y particular formación, entraña el diseño sistémico de planes y programas que incluyen acciones de preparación en espacios educativos y en las circunstancias específicas en que realizarán su actividad como promotor cultural.

Como es de suponer este trabajo de formación polifacética e integradora exige la articulación de múltiples disciplinas sintetizadoras de saberes complementarios, que en su interacción y ante las demandas de los escenarios de actuación profesional, pueden hacer posible la emergencia del sistema de competencias antes descrito, en el que el «saber» definido por los conocimientos, el «saber hacer» expresado en habilidades, el «querer hacer» potenciado por motivos e intereses, el «saber estar» en atención a las normas de comportamiento ético y el «poder hacer» enmarcado en la infinitud de la creatividad, constituyan los elementos entretejidos que dibujen el mapa del perfil profesional, al que deben aproximarse los promotores culturales durante los procesos permanentes de preparación que protagonizarán.

La gestión de la cultura

«De hecho, no hay fenómeno simple…» Morin, E. (1999)

En la formación de los promotores culturales es la Gestión Cultural una de las áreas del conocimiento que exige mayor actualización y profundización, por ser entendida como noción que integra elementos que matizan la concepción más contemporánea de Cultura, al considerar su extensión a todos los ámbitos en que hoy se le reconoce, sus vínculos con el desarrollo, su necesaria relación con las políticas que identifican campos de expresión más allá de lo artístico, lo

tradicional y lo patrimonial, abriendo así el lugar que merecen a las dinámicas de acción social a niveles comunitario y local y legitimando la inevitable relación con el campo de la economía.

Esta aproximación a la noción de Gestión cultural pone sobre la superficie aspectos emergentes de las relaciones declaradas, que provocan cuestionamientos acerca de qué debe y qué no debe ser gestionado en los procesos de promoción de la cultura y hasta dónde ha de llegar el compromiso de mediación de los agentes dinamizadores.

De cualquier manera lo que resulta evidente es el complejo tejido de entrecruzamientos entre procesos y productos vinculados, que cualifica el análisis del desarrollo cultural y hace suponer que en iguales dimensiones han de pensarse los procedimientos para su comprensión y transformación en beneficio de los seres humanos.

La Gestión Cultural plantea un modo de actuación ante los continuos cambios que se producen en el mundo de relaciones que definen la Cultura, de tal suerte que su evolución no dependa exclusivamente de factores externos, sino que puedan ser intencionalmente provocados, en función de las necesidades e intereses que marcan el compromiso social con el desarrollo humano.

Así, desde las prácticas profesionales, la Gestión Cultural se asume en su concreción, a través de diversos modelos de actuación que dirigen su mirada a múltiples áreas del desempeño, de manera que se operacionalizan mediante sistemas de categorías, técnicas y tecnologías que propician la solución de problemas del desarrollo humano, culturalmente identificables en sus orígenes y en sus consecuencias.

De este modo se trabaja, entre otras, en la Gestión del Conocimiento, la Gestión de la Calidad, la Gestión por Competencias y la Gestión de Proyectos, áreas donde se ha avanzado en la sistematización de experiencias interculturales, como formas de asumir y concretar la Gestión Cultural.

Pero todas y cada una de ellas puede ser implementada sólo a partir de un exahustivo trabajo de contextualización, que tendrá su génesis en el diagnóstico de necesidades que arroje que es esa, y no otra, la forma de acceso a la transformación de la realidad que desde la Cultura resulta conveniente y posible intentar.

La experiencia indica que el promotor cultural tendrá las formas antes mencionadas y otras como útiles referentes, pero habrá de construir su propio modelo de gestión, de acuerdo con sus conocimientos, sus recursos y las demandas que las condiciones contextuales le imponga, considerando los factores y dinámicas que en los terrenos político, económico, jurídico y de todo tipo determinan su realidad de vida.

Estas exigencias plantean al promotor cultural la necesidad y la urgencia de mantenerse en constante actualización en los dominios de conocimientos que tradicionalmente aportan al estudio de los procesos de la Cultura, en las nuevas áreas del conocimiento que emergen de las sinergias entre ellos y en los avances de las técnicas y las tecnologías que apoyan el desarrollo de tales saberes, lo que implica, por supuesto, la aproximación creciente al manejo de los recursos al servicio de la información y las comunicaciones, todo ello atravesado por la impronta que establece una postura de eticidad que debe caracterizar su actuación en cada momento.

El promotor cultural tiene la responsabilidad social de provocar en su entorno el desarrollo de procesos de creación, que dependerán de las experiencias y los recursos personológicos de los sujetos que los protagonizan, pero también estarán matizadas por las posibilidades materiales y técnicas disponibles, así como de las potencialidades tecnológicas con que se cuente.

La Gestión Cultural, desde los presupuestos antes declarados, coloca al promotor ante la necesidad de diseñar y co-construir la circunstancia adecuada donde concurran y se identifiquen condiciones, actividades y relaciones, en una interacción mutua que defina un tipo particular de entramado social reconocible, en el que sea posible el cambio sociocultural deseado.

El Ambiente para la Creación

> *«La singularidad está a partir de ahora profundamente inscrita en el universo…» Morin, E. (1999)*

Y es desde esta consideración que se propone incorporar a los procesos de capacitación de promotores culturales la **Gestión del Ambiente**, como campo alternativo orientado a la investigación y la acción para la transformación de la realidad sociocultural, de orientación esencialmente formativa, que resulta emergente de la experiencia acumulada en la labor de promoción cultural desarrollada, desde la función educativa que supone el trabajo docente.

Se trata de una propuesta que recomienda, como intención esencial, el acercamiento metodológico (tecnológico) a otro dominio del conocimiento y la actividad humana, inevitable e insuficientemente abordado desde las investigaciones, que puede revelarse como ámbito de importancia estratégica en los estudios culturales.

De cualquier manera la indagación, el conocimiento y la proyección del *ambiente* como factor determinante, en tanto entorno que define, en el análisis de la realidad y sus demandas y los modos de comportamiento humano que en tales circunstancias se reconocen, pueden hacer una importante contribución en el camino hacia el desarrollo socicocultural.

La Gestión del Ambiente deviene, entonces, en un área de investigación, acción y producción de saberes y experiencias de transformación social que

focaliza su atención en la dinámica recursiva *individuos-entorno-contexto*, para explorar y encontrar en ella las oportunidades de cambio a favor de la calidad de vida.

El compromiso epistemológico se orienta hacia el reconocimiento del modo en que se expresan, en las circunstancias de actuación concretas, los procesos reguladores más generales que pueden contribuir al desarrollo de los seres humanos dentro de esa dinámica recursiva, y al diseño de las estrategias particulares que complementen favorablemente tales procesos.

Es así que, como recurso metodológico para la comprensión de los procesos de aprendizaje-construcción de la circunstancia necesaria que hace factible al promotor cultural la realización de su labor, en el entorno que determina su realidad sociocultural, se propone la noción de **Ambiente para la Creación** (Carriera, J., 1999) que parte de la resignificación de la categoría ***ambiente*** como sistema inestable de dinámica compleja, emergente de interacciones no lineales y sinérgicas que producen factores diversos, entre los que se destacan las *condiciones* materiales existentes, las *actividades* que se desarrollan para dar cumplimiento allí a determinado objetivo y las *relaciones*, de todo tipo, que se generan en esas circunstancias para identificar a determinada situación relacionada con el desarrollo humano.

Metodológicamente el *ambiente* resulta así: diagnosticable, diseñable, construible y utilizable por las personas que deben protagonizar los procesos de aprendizaje-construcción (desarrollo) que en él se producen.

El *ambiente* es el «lugar» donde la conciencia (individuo) atrapa a la cultura (lo social-contextual) y donde la cultura recibe el aporte de la conciencia que allí se expresa. Es la interfase entre cultura y conciencia.

Pero sucede que el ambiente puede ser apreciado, a la vez, como *contexto* por reconocer el desarrollo, en él, de sujetos identificables en relación con sus entornos respectivos y como *componente* si se le considera como «organismo vivo» definido en su entorno particular y se le somete a la indagación científica en circunstancias más globales.

Esta condición dual (*contexto-componente*) revela al *ambiente* como entidad de alta complejidad, teniendo en cuenta las recursividades dinámicas que pudieran atraparse en su indagación, en consonancia con las perspectivas de aproximación que sean asumidas y la riqueza de productos reconocibles a partir de tales acercamientos, aprovechables para el diseño de soluciones a los problemas que en ellos se identifiquen, relacionados con el desarrollo cultural.

Lamentablemente en la mayoría de las investigaciones en las Ciencias Humanas el centro de atención -estudio, investigación- se ha desplazado de la cultura (sociología, historia,…) a la conciencia (psicología, educación,…), utilizándose mutuamente como marcos referenciales y se ha dedicado poca aten-

ción al *ambiente*, desconociéndolo como oportunidad para el encuentro entre estos niveles, en su condición de interfase dinámica e inestable, susceptible de indagación.

A partir de lo anterior, como caso particular y circunstancia significada, se propone la noción de **Ambiente para la Creación**, reconocible por ser el entramado contextual donde se producen los procesos de aprendizaje y creación (construcción), que ha de ser expresión de ciertas cualidades esenciales (atributos) en los que pueden ser reconocidos los principios que sustentan el enfoque de la complejidad, a saber:

- *El carácter dialógico*: Porque se darán en él confrontaciones entre elementos diferentes, antagónicos e inseparables donde la búsqueda de la articulación y la complementariedad tendrá un lugar preferente, a partir de una intencionalidad dialéctica de construcción de nexos simultáneos. Se potencia allí el diálogo de saberes como esencia tecnológica que define su configuración, y se reconoce la multidisciplinariedad como fuente de referentes, la interdisciplinariedad como método de construcción y la transdisciplinariedad como compromiso de creación.

- *La recursividad organizativa*: La Autoorganización, como noción que supera a la autorregulación, constituye una premisa para el reconocimiento del Ambiente para la Creación, que hace evidente en su conformación la evaluación de las consecuencias en su condición simultánea de productoras de sus causas, como expresión de una relación de interinfluencias recíprocas que provocan la emergencia, desde esta relación, de efectos de amplificación o inhibición que modifican a las partes y al todo y expresan la no linealidad de la relación causa-efecto, de modo que la construcción de «redes» se hace necesaria para explicar y diseñar los procesos de conocimiento y transformación de la realidad que en él se producen.

- *La adaptación y evolución conjunta*: El Ambiente para la Creación como organismo complejo y su entorno, evolucionan juntos, y ambos como unidad, intercambian con el contexto más amplio en el que se identifican, en una dinámica de interacciones, de manera que los cambios en uno provocarán ajustes en el otro, en un proceso de connotación histórica.

- *La sensibilidad a las condiciones iniciales*: La conciencia de que sucesos menores pueden provocar cambios sustantivos es premisa en el diseño y construcción del Ambiente para la Creación, a partir del reconocimiento de que la más leve modificación en las condiciones iniciales de surgimiento y organización de un sistema de dinámica compleja puede conducir a resultados de dimensiones muy diferentes a las esperadas. Esta visión introduce un elemento de especial atención en la perspectiva educativa para la cual se identifica la propuesta, pues alerta sobre la importancia de considerar, con toda responsabilidad, los factores cuyo valor se reconozca en términos de formación.

- *La autosimilaridad transescalar*: Como reproducción de significados, cualidades o comportamientos en circunstancias de diferente nivel de integración constituye un elemento metodológico especialmente interesante, porque resulta criterio de coherencia interna para la construcción del Ambiente para la Creación y un importante recurso para la evaluación de su consistencia epistemológica, por lo que el desarrollo de competencias para su reconocimiento y utilización intencional debe ser un propósito formativo.

- *La hologramaticidad.* Remite a la necesidad de conocer la totalidad del sistema que supone el Ambiente para la Creación teniendo en cuenta los componentes (procesos reguladores) que en su interacción lo conforman y contienen y, simultáneamente remite también a la imposibilidad de conocer los componentes del todo al margen del todo en sí mismo, contenido en ellos, que los integra y trasciende a partir de cualidades y propiedades emergentes de la autoorganización, de modo que retroactúan sobre la misma, definiéndola y haciendo complejo el camino de su conocimiento. Así cada componente del Ambiente para la Creación contiene la información que identifica al sistema como totalidad, debido a los nexos que entre ellos se establecen y al modo en que la totalidad existe sólo como emergencia en ese entramado.

La conformación del Ambiente para la Creación como proceso de intencionalidad formativa pasa necesariamente, en las circunstancias actuales, por la asunción estratégica de los Pilares Básicos de la Educación, declarados por la UNESCO para el siglo XXI, que se sintetizan a continuación:

1. <u>Aprender a conocer:</u> Que significa, ante todo, aprender a aprender para lograr, desde la apertura a la experiencia más diversa y el ejercicio auténtico y responsable del pensamiento, la apropiación-construcción de la Cultura (es decir, las culturas en todas sus diversidades), de modo que proporcione herramientas y vivencias enriquecedoras del comportamiento humano, tomando el diálogo como recurso esencial.

2. <u>Aprender a convivir:</u> Que parte de un enfoque axiológico y sugiere la negociación como método básico para la solución de conflictos, priorizando la realización de proyectos que constituyan expresión de la solidaridad y la cooperación como principios para las relaciones al conformar espacios de crecimiento común, en los múltiples escenarios que ofrecen los procesos culturales.

3. <u>Aprender a hacer:</u> Que promueve el fomento de la voluntad en la configuración del aporte personal a la obra de construcción colectiva que es la cultura, desde el compromiso de contribuir al enriquecimiento de los procesos de desarrollo humano y sus productos, a partir del reconocimiento del valor y la importancia de la concertación como estrategia y la participación como principio garante de la sustentabilidad.

4. <u>Aprender a ser:</u> Que define como esencial el reconocimiento y respeto a las diferencias, en todas las áreas en que estas se manifiestan, desde la pers-

pectiva de la no segregación, y proclama el valor de lo diverso para la consecución de la unidad, considerando el reto de hacer posible la consolidación de la individualidad, como parte imprescindible del todo colectivo, y potenciando sus fortalezas en la complejidad de sus expresiones y compromisos sociales, desde la condición de fuentes vivas de donde emerge el desarrollo cultural.

Asumir lo anterior como premisas epistemológicas de los procesos formativos supone aceptar los retos que impondrá la aceptación de los espacios de incertidumbre emergentes en la definición de la esencialidad de los aprendizajes enunciados y, fundamentalmente, de las interacciones inevitables e imprescindibles que se producirán entre ellos.

Supone deslizar la mirada desde las disciplinas formales y sus «límites rotundos» hacia nuevos ámbitos de construcción interdisciplinaria, comprometida con creativos productos transdisciplinarios, más cercanos a la real y compleja magnitud de los problemas sociales que deberá enfrentar el promotor cultural.

La visión del Ambiente para la Creación que se propone recomienda identificar en él, al menos, cuatro dimensiones actuantes como procesos reguladores (componentes) que atraviesan la dinámica interna del sistema y demandan de los seres humanos comportamientos revolucionarios, orientados en este caso al aprendizaje-construcción de nuevas realidades socioculturales, de manera tal que revelan su carácter instrumental, a la vez que lo condicionan al influir en su propio desarrollo.

Los procesos reguladores del comportamiento humano que se levantan como componentes esenciales y, de hecho, como dimensiones del Ambiente para la Creación son:

1. <u>La problematización:</u> Supone el fomento del análisis constructivo de las situaciones que constriñen el desarrollo y definen atractores -tendencias, patrones del comportamiento humano- desde una perspectiva que haga posible el aprendizaje de los recursos utilizables en el enfrentamiento a problemas, aprovechando las fortalezas de los involucrados en la transformación de la realidad. Refiere el reconocimiento de la existencia de conflictos y del valor del aporte propio y del otro, para conseguir su solución y plantea la necesidad de asumir una postura positiva en ese enfrentamiento a las exigencias de la realidad. (Es una forma de aprender a conocer).

2. <u>La interactividad:</u> Concibe el diseño deliberado de las relaciones interpersonales e interinstitucionales, a partir de formas y estrategias de comunicación asertivas, para conseguir la satisfacción de necesidades en términos de intercambios recíprocos, en los que el respeto mutuo y los objetivos esenciales orientan las acciones para el logro de consensos. (Es una contribución para aprender a convivir).

3. <u>La producción novedosa:</u> Plantea el estímulo a la creación individual y grupal, en los campos intelectual o material, cuyos resultados alcanzados me-

diante el esfuerzo y las competencias constituyan una auténtica y original contribución a la transformación de la realidad y a la configuración de la cultura, en el sentido de buscar la satisfacción de las necesidades de todos, dentro de un clima de responsabilidad, respeto y reconocimiento, en función del crecimiento colectivo. (Es un modo de fomentar el aprender a hacer).

4. La realización personal: Promueve la aceptación de espacios y formas múltiples de autoexpresión, en correspondencia con motivos y exigencias, como genuinas oportunidades de confirmación identitaria. Establece el reconocimiento a variados estilos y ritmos de ejecución como manifestación coherente de la asunción y aceptación de la diversidad natural en que existimos los seres humanos, premisa del compromiso que genera unidad, y reconoce el valor individual en función del aporte al logro de los objetivos grupales. (Es un opción para el complejo proceso de aprender a ser).

Obviamente la introducción e implementación de la noción de Ambiente para la Creación no puede lograrse mediante la aplicación de esquemas estandarizados, pues su propia complejidad y la del objeto a que atiende, hacen de él un sistema que no admite la reducción a ''fórmulas'' ni abordabilidades algorítmicas.

El uso instrumental de la noción de Ambiente para la Creación, en su condición de núcleo conceptual de la propuesta de incluir a la Gestión del Ambiente como área del conocimiento en la formación de promotores culturales, exige:

- La actualización del diagnóstico de la realidad que se pretende transformar, en función de fortalezas y debilidades, identificables en el entorno particular, y de amenazas y oportunidades que puedan influir desde el contexto más general en el proceso de desarrollo sociocultural que se promueve.

- La capacitación de todos los actores sociales convocados, para la construcción de un referente común en los planos teórico, metodológico y práctico sobre el objeto de la transformación y desde las experiencias que en tal sentido ofrecen los procedimientos de la Investigación-Acción-Participativa, la Educación Popular y otras fuentes de saberes legitimados por las vivencias de los protagonistas, de cuya interacción emergen las más genuinas soluciones a los problemas del desarrollo sociocultural.

- La creación, a tenor de las circunstancias particulares y las potencialidades específicas de quienes fomentan el desarrollo de los procesos socioculturales, de estrategias integradoras de estos elementos -interdisciplinariamente concebidas desde los saberes más diversos y con la mirada puesta en realizaciones transdisciplinarias que los trasciendan- que en su conceptuación aprovechen los valores de la realidad con vista a la elaboración de sistemas de tareas a desarrollar para, mediante la aproximación a las dimensiones del Ambiente para la Creación reconocidas en su condición de procesos reguladores de los comportamientos, promover los aprendizajes que hacen cierta la manifestación de

cada una de las formas de expresión de la Cultura y contribuir así al crecimiento humano de todos los implicados.

Resulta entonces evidente, que el promotor cultural habrá de asumir como prioridad esencial, la necesidad de prepararse para liderar la gestión -en un proceso de identificación, satisfacción de necesidades de partida y construcción colectiva- del ambiente en que se realizarán las transformaciones socioculturales que marcarán el desarrollo humano en los contextos donde se desempeña, tomando como referentes los procesos reguladores que caracterizan la noción de Ambiente para la Creación en su expresión metodológica, como instrumentos para promover la participación en el cambio social que se necesita.

Las experiencias de aplicación

«…Hay una pluralidad de instancias. Cada instancia es decisiva; cada una es insuficiente…» Morin, E. (1999)

Desde el escenario que ofrece el trabajo docente, la Gestión del Ambiente adquiere matices particulares, pues la labor de promoción de la Cultura así realizada, pasa por la oportunidad del intercambio y la sistematización que la actividad educativa establece como exigencia.

Las primeras aproximaciones de la autora a este tema se centraron en las acciones para el diseño y construcción de las dimensiones caracterizadoras de la noción de Ambiente para la Creación, como alternativa metodológica orientada a la elevación de la calidad de los procesos de enseñanza–aprendizaje y la validación de la propuesta en los espacios institucionalmente escolarizados que se identificaron en las prácticas pedagógicas de docentes en la enseñanza de la Química, en Escuelas Secundarias Básicas de la Ciudad de La Habana. Se hacía de este modo (Carriera, J., 1999) una contribución cercana a la Gestión de la Calidad para dichos procesos

Posteriormente se trabajó en la extensión de la experiencia al desarrollo de acciones de capacitación diseñadas como parte del proceso de formación continua de maestros y profesores de los subsistemas de la Educación General, en uno de los municipios de la capital cubana, a través de cursos de posgrado acreditados por la Universidad Pedagógica de La Habana. En estos casos el tratamiento a la noción de Ambiente para la Creación fue planteado desde su potencialidad para el perfeccionamiento de los recursos profesionales y humanos de los docentes, de manera que su introducción supuso una contribución a la Gestión por Competencias y a la Gestión del Conocimiento en la formación de dichos especialistas en el campo de la Educación.

Pero es en los últimos años, desde la docencia en el Sistema de Superación del sector de la Cultura, que ha sido posible la configuración de una visión integradora del alcance metodológico de la noción de Ambiente para la Crea-

ción, como herramienta que constituye la esencia instrumental de un área no explorada en la Gestión Cultural, al incluir las experiencias de la formación del capital humano en su compromiso con la calidad de los procesos que protagoniza, pero sin agotarse en ello por constituir en sí mismo un espacio de investigación y acción.

Es en esta circunstancia, orientada a la satisfacción de necesidades de superación de creadores, instructores de arte, docentes, especialistas, investigadores y directivos de la cultura y, particularmente, en los procesos de formación de promotores culturales donde se revela, en su aún incipientemente enunciado valor, la posibilidad de iniciar el trabajo de conceptuación sobre la Gestión del Ambiente como necesidad, posibilidad y oportunidad para la profundización, desde una perspectiva epistemológica.

La tarea futura en esta dirección estará encaminada a:

- La identificación sistémica de los saberes que, en interacción, constituyen pilares conceptuales en la configuración teórica y metodológica de la propuesta de Gestión del Ambiente, como campo alternativo de expresión para la Gestión Cultural.

- El reconocimiento de los dispositivos propios de las ciencias y otras áreas de la actividad humana que pueden ser distinguidos como recursos técnicos aplicables a los procesos de Gestión del Ambiente, en tanto los potencian y favorecen, haciendo así una contribución a las dinámicas de aprendizaje-creación.

- El diseño de estrategias metodológicas, sistemas tecnológicos y otras opciones de instrumentación que puedan ser implementados en la labor de transformación sociocultural de la realidad, desde la contribución que puede hacer posible la propuesta de Gestión del Ambiente.

«La aventura del conocimiento no puede ser cerrada» (Morin, E.,1999), lo que significa que la evaluación de la viabilidad de esta propuesta habrá que diseñarla e intentarla desde una perspectiva interdiciplinaria, pues en su complejidad agotaría la lógica interna de cualquier disciplina aislada, para plantear así la contradicción esencial que la define desde la perspectiva dialógica.

La experiencia sugiere que es factible de ser extendida a nuevos campos en que la intención formativa ocupe un lugar de preferencia. Pero la dinámica compleja del objeto que se indaga envuelve en provocadoras incertidumbres el camino para lograrlo.

Se necesitará valor para hacer las adecuaciones que demande el contexto y sensibilidad ante las exigencias de los múltiples factores que, como atravesamientos, indicarán el rumbo a seguir en sus detalles más sutiles.

Conclusiones

> *«Hay un principio de incertidumbre en el fondo de cada verdad, en el corazón de toda lógica, en toda relación entre ideas…» Morin,E. (1999)*

La formación de los promotores culturales, en función de los compromisos sociales que deberán asumir, constituye un campo inagotable de investigación y creación que encuentra fertilización en las demandas de actualización y perfeccionamiento continuo a que se ve sometido. Cualquier intento de contribución en tal sentido ha de ser recibido como aporte imperfecto que descubre, al menos, espacios de incertidumbre donde valdría la pena explorar.

La necesidad de contribuir, desde los procesos de transformación sociocultural, al desarrollo de los seres humanos provoca la emergencia de propuestas teóricas y metodológicas que se nutren de la interacción entre los múltiples saberes que le han precedido en el devenir histórico y de las numerosas experiencias que, en su diversidad e intervinculación, enriquecen el legado cultural que hoy disfrutamos. Este es también el origen de la noción de Gestión del Ambiente, como alternativa para la formación y el trabajo de los promotores culturales.

En el núcleo de la Gestión del Ambiente, como ámbito de investigación y acción para la Gestión Cultural, la noción de Ambiente para la Creación sugiere el reconocimiento de los procesos reguladores de las dinámicas de comportamientos humanos que, como dimensiones caracterizadoras, pueden ser reconocidas en su utilidad metodológica de cara a los procesos formativos. En ello puede identificarse su valor para la formación del promotor cultural.

Por todo lo antes considerado será recomendable:

- Trabajar en la identificación sistémica de los saberes que, en interacción, constituyen pilares conceptuales en la configuración teórica y metodológica de la propuesta de Gestión del Ambiente, como campo alternativo de expresión para la Gestión Cultural.

- Agudizar el reconocimiento de los dispositivos propios de las áreas del conocimiento humano que pueden ser distinguidos como recursos técnicos aplicables a los procesos de Gestión del Ambiente, en tanto los potencian y favorecen, haciendo así una contribución a las dinámicas de aprendizaje-creación.

- Intencionar la formulación de estrategias metodológicas, sistemas tecnológicos y otras opciones de instrumentación que puedan ser implementadas en la labor de transformación sociocultural de la realidad, desde la contribución que puede hacer posible la propuesta de Gestión del Ambiente.

- Y explorar otros ámbitos de legitimación de la propuesta de Ambiente para la Creación, como esencia metodológica de la Gestión del Ambiente, para extender su aplicación y enriquecer la sistematización de su implementación

Bibliografía

Alba, S. (2004). *La Ciudad intangible. Ensayo sobre el fin del neolítico.* La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

Briones, G. (2002). *Epistemología de las Ciencias Sociales. Módulo I. Programa de Especialización en teorías, métodos y técnicas de Investigación Social.* Bogotá: ICFES.

Carriera, J. (1999). *El Ambiente para la Creación: una opción hacia la educación de la Creatividad.* Tesis de Maestría no publicada, Facultad de Ciencias de la Educación, ISPEJV, La Habana, Cuba.

Carriera, J. (2001). *Educación para el talento.* Lima: Editorial Magisterial.

Carriera, J. (2004). *El ambiente, un instrumento para el aprendizaje de la Paz.* Ponencia Presentada en la Oncena Conferencia Internacional sobre Aprendizaje y redes de Investigación Educativa, La Habana. Australia: Common Ground Publishing.

Ciurana, E. R. (1999-2001). *Complejidad: Elementos para una definición.* Recuperado el 12 de diciembre de 2005 en http:// http://www.pensamientocomplejo.com.ar

D'Angelo, Ovidio. (2005). *Autonomía integradora y transformación social: El desafío ético emancipatorio de la complejidad.* La Habana: Publicaciones Acuario. Centro Félix Varela.

Hart, Armando. (2006). *Ética, Cultura y Política.* La Habana: Centro de Estudios Martianos.

Hernández, H. (2005). *Poder-Saber: Una Ciencia Política de la Liberación.* La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

Instituto de Filosofía. (2006-2007). *Pensamiento de la Complejidad.* Diplomado impartido en el Instituto de Filosofía del CITMA, La Habana, Cuba.

Lacayo, F. (2002). Conferencia especial impartida en el marco de la *Conferencia Internacional La Paz: reflexiones sobre el Tercer Milenio.* Movimiento cubano Por la paz. La Habana, Cuba.

Lander, E. (2005). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas.* La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

Morin, E. (1999). *La Epistemología de la Complejidad.* (En línea), español. Recuperado el 14 de diciembre de 2005. En http://www.pensamientocomplejo.com.ar

Morin, E. (2000). *Los siete saberes necesarios para la educacion del futuro.* Sao Paulo: Cortez Editora.

Najmanovich, D. (1991). *Interdisciplina y nuevos paradigmas. La ciencia de fin de siglo*. Recuperado el 1 de febrero de 2007 en http://pensamientocomplejo.com.ar/ docs/files/La ciencia de fin de siglo – Najmanovich.pdf

Pérez de Cuéllar, J. et al. (1996). *Nuestra diversidad creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. Versión resumida.* París: Ediciones UNESCO.

Sastre, A. (2003). *Cultura y nación. En elogio de la sedición (¿o dónde estoy yo?).* La Habana: Editora de Ciencias Sociales.

Sotolongo, P. L. (2003). *Segundo curso introductorio en el enfoque de la Complejidad.* Curso impartido en el Instituto de Filosofía del CITMA, La Habana.

Sotolongo, P. L. (2006). *Teoría social y vida cotidiana. La sociedad como sitema dinámico complejo.* La Habana: Publicaciones Acuario. Centro Félix Varela.

Torrealba, R. (s.f.). *Pensamiento complejo e investigación.* (Documento en pdf sin datos de origen)

UNESCO. (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. París. Consultado el 15 de marzo de 2008 en http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf

Valdés Gutiérrez, G. (Comp.). (2005). *Paradigmas emancipatorios en América Latina. Diversidad y articulación de pensamientos y prácticas.* La Habana: Editorial Academia.

Valdés Menocal, C. (Comp.) (2004). *Problemas sociales de la ciencia y la tecnología.* La Habana: Editorial Félix Varela.

Viciedo Domínguez, C. (Comp.). (2007) Educación para la paz y los derechos humanos en Cuba Socialista. La Habana: EDUPAZ/SOCIEDAD ECONOMICA AMIGOS DEL PAIS.

Woods, A. y Grant, T. (2005). *Razón y revolución. Filosofía marxista y ciencia moderna.* La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

Potencialidades en la promoción del arte y sus creadores

Lic. Pedro Pérez Rivero

Las estrategias de promoción cultural para elevar la calidad de vida espiritual en los distintos sectores que conforman la sociedad, requieren un sentido integrador de múltiples acciones. De igual modo, las que promueven distintas manifestaciones del arte también lo necesitan. Sin embargo, en el segundo caso esa integración exige precisiones más delicadas y puntuales, acordes con las propias complejidades de los procesos de creación artística.

La evolución del pensamiento desde la antigüedad hasta nuestros días, muestra cómo la personalidad y el desenvolvimiento de los artistas han marcado amplias pautas de reflexión. La cultura occidental, desde sus inicios, arroja conceptos y modelos ante la interrogante de si el artista posee un don especial, otorgado por gracia divina, y si semejante divisa lo diferencia de otros seres humanos, incluso de aquellos fuertemente dotados para desempeños en otros terrenos del saber. [1]

No es hasta los albores de la modernidad, con la concepción del mundo renacentista, que en la actividad artística se comienza a perfilar una cierta autonomía. Más tarde la misma hará reconocer en estos creadores una grandiosidad, que no pocas veces llegaría a considerarlos genios. [2] A diferencia de aquellos artesanos anónimos que en la Edad Media dieran esplendor a los templos de la cristiandad (piénsese, por ejemplo, en la labor del vidrio y la estatuaria del gótico), las habilidades manifestadas al producir objetos de arte en las principales ciudades de la península itálica durante los siglos XV y XVI, encuentran la singularidad enaltecedora del reconocimiento a la autoría. Simultáneamente el apoyo financiero de ilustres mecenas, para quienes lo realizado por estos artistas era digno de gran encomio, recae sobre ellos, aunque el arte se apartara cada vez más de la utilidad pragmática en la vida cotidiana.

El advenimiento del modo de producción capitalista preconiza semejantes formas de proceder, que constituyen un brusco giro del pensamiento en relación con el medioevo, por situar al ser humano en el centro de sus aspiraciones, mientras que el emporio de la fe religiosa deja de subordinar otras esferas ideológicas. Esto no significa que se suprimiera como una de las más contun-

---

[1] *Para una información más puntual al respecto se recomienda Estética. Enfoques actuales, selección de lecturas compiladas por Mayra Sánchez Medina, consignado en la bibliografía.*

[2] *Ver al respecto las concepciones sobre el genio de Emmanuel Kant (1724-1800).*

dentes identificaciones del hombre, hasta nuestros días, con la riqueza espiritual.

Entre las consecuencias notorias para el desarrollo ulterior del arte, estas relaciones capitalistas aún incipientes, crean las bases para la aparición del mercado de obras de arte, cuyo valor es calculado a partir de una categoría esencial: lo bello. Precisamente, el filósofo alemán Alexander Baumgarten (1714-1762) introduce el término de estética para signar una esfera de conocimiento sensorial, donde lo bello se sitúa como perfección en el objeto de estudio de esta ciencia, ateniéndose a la sugestión de los receptores, para el entendimiento de esa categoría. Desde entonces los productores de belleza apreciada sensorialmente, ganan un estatus social a tono con los juicios que van conformando el pensamiento estético moderno.

La evolución paralela, desde la antigüedad grecolatina, de un pensamiento materialista, logra evidenciar, sólo a partir del siglo XIX, otro enfoque de la creación artística, como reflejo de la realidad. Los demócratas revolucionarios rusos intensifican en esa línea la función social del arte, en oposición a las tendencias, ya también definidas, del arte por el arte, que propugnaban la incontaminación de las formas inherentes a la belleza producida por la creación artística. [3]

Marx y Engels, al situar como base el modo de producción para el desarrollo de la conciencia social, estudian estos conceptos con la visión científica del materialismo dialéctico. Aunque no constituyen tratados independientes, los aportes teóricos marxistas para el análisis de la creación artística son innegables. No debe desecharse el alcance de lo estético en actividades sociales más allá del arte, concertado por estos pensadores, ni los esfuerzos en pro de una educación estética para todos los miembros de una sociedad moderna, como medio enaltecedor del ser humano, propulsados por el campo socialista en buena parte del pasado siglo.

Como contrapartida se observa en los postulados de la llamada estética marxista-leninista, un aferramiento restrictivo a los procedimientos del realismo como única posibilidad digna de tenerse en cuenta por los creadores artísticos. La rigidez con que se pretendía entablar la exploración de forma y contenido de la obra de arte, de *sobrevaloración de los contenidos*, tampoco manifiesta una vigencia en las propuestas teóricas actuales. Sin embargo, es fácil detectar la huella de ese par dialéctico, su clara pervivencia, cuando los estudiosos de hoy catan *valores ideoestéticos*, como categoría unitaria en cuanto al saldo de sus componentes.

---

[3] *Figuras representativas de este pensamiento demócrata ruso fueron V. G. Bielinski (18811-1848), N. G. Cherneshevski (1828-1889) y N. A. Dobroliubov (1836-1861)*

En el progreso de la producción artística a través de los distintos períodos históricos, fueron estableciéndose cánones, a partir de dictámenes evaluativos provenientes de la evolución de un pensamiento estético con perfiles cada vez más propios, distintivos de las nacionalidades portadoras. Obras representativas, dada la maestría de sus creadores, son reconocidas como modelos en distintas épocas. Ello permite hoy hablar de escuelas y movimientos de la cultura artístico-literaria, localizables en márgenes temporales bastante precisos: Barroco, Siglo de Oro de la Literatura Española, Neoclasicismo, Romanticismo y otros.

Sin embargo, los artistas de la avanzada renovadora que después daría origen a un nuevo movimiento, eran incomprendidos, subvalorados, o soslayados, por su ruptura con alguno de los cánones establecidos. A partir del siglo XX, y en ciclos temporales que ni siquiera abarcan varios lustros, la avanzada renovadora suele identificarse como vanguardia artística.

Tomando una vez más el referente de la cultura occidental, se reconoce como vanguardia a un concepto aglutinador de movimientos renovadores surgidos entre la segunda y sexta décadas del pasado siglo. Con una presencia más explícita en las artes visuales, los vanguardismos también se incorporan paulatinamente a otras manifestaciones: literatura, música, artes escénicas, y a todas las naciones del continente europeo. Se trata de definir con ello, cambios tan drásticos en la producción y percepción de las artes, que otros giros sustanciales de la modernidad -como los provocados por el Renacimiento y el Romanticismo-, pasan a inscribirse en el terreno de las convenciones.

Aunque no se pretende en este artículo un acercamiento teórico al suceso vanguardista y sus *ismos,* ni a su posterior evolución, [4] pueden resumirse como rasgos distintivos del mismo: un alto grado de experimentación formal; la apertura de las estructuras y los lenguajes convencionales de cada manifestación artística, con deseo expreso de trasgresión sintáctica y de incorporación de la jerga al *corpus* literario; la representación abstracta de la realidad en la pintura; la quiebra de la armonía musical; el rompimiento de la cuarta pared teatral, por sólo mencionar los más notorios.

Estas insubordinaciones a los cánones van permitiendo distinguir el arte más allá de la representación (mimesis) particular y compleja de la realidad, hasta ser reconocido un universo en sí mismo, *realidad otra.* La autonomía conquistada por el arte en el transcurso de la modernidad, comienza a resquebrajarse en una contaminación creciente con el desarrollo tecnológico, que inserta sus valores más característicos -antes para la contemplación-, a los más disímiles artículos industriales, o con la comunicación, también urgida en su vertiginoso ascenso de elementos para la seducción propagandística y publicitaria.

---

[4] *Para mayor información al respecto, remitimos de nuevo a la selección de lectura Estética. Enfoques actuales.*

El escepticismo marca la irrupción vanguardista, como respuesta cada vez más consciente a la encrucijada político-social que vive la humanidad a partir de la Primera Guerra Mundial (1914). Los consumidores de productos artísticos, que ya no resultan tan elitistas como hasta el siglo XIX, comienzan a intervenir con una fuerza expresada en demandas fundamentadas por gustos y preferencias. Estos procesos, inmersos en sus circunstancias históricas hasta las postrimerías del siglo, perfilan registros que no deben erigirse como estancos cerrados e inconexos, aunque definan con cierta claridad los consumos:

- Alta cultura: de elites, pues requieren de entrenamiento para su disfrute, dado su nivel de elaboración, y, en el caso de las sociedades capitalistas, íntimamente vinculada con poderes económicos y simbólicos clasistas.

- Cultura de masas: También enarbolada desde las sociedades de consumo, como abaratamiento que estandariza gustos. Este término se identifica también con el de subcultura. El desarrollo cibernético en la comunicación y sus medios, permite hoy una globalización de muy altos consumos de paradigmáticos productos de música mercantilista, telenovelas, cine de entretenimiento, entre otros. En la actualidad algunos teóricos reconocen este registro como *show busines* (negocios del espectáculo).

- Cultura popular tradicional: Nivel conformado por el sello identitario de lo nacional o regional, trasmitido de generación en generación, en cotas genuinas, no obstante rechazadas, a veces en franca oposición, por la alta cultura portadora de cánones preconizados desde poderes económicos, socioculturales y simbólicos.

Todos estos registros confluyen y se entrecruzan en la vida contemporánea, además son atravesados por *líneas culturales alternativas* enarboladas desde los márgenes en contraposición con el paradigma de oficialidad y respeto occidentales, cuyos parámetros más persistentes son los el *hombre-heterosexual-blanco-cristiano*. Lo alternativo incluso, puede provenir de las culturas no occidentales –cabe pues hablar de etnoculturalismos alternativos- e instalarse de algún modo gracias a la propia globalización, sobre todo si las transnacionales que manipulan la cultura de masas le encuentra sitio para su explotación comercial.

Condicionantes de esta índole crean las bases para un nuevo estadio del comportamiento sociocultural, que se reconoce como posmodernidad, proyección de amplias repercusiones para la creación artística y otras esferas de la conciencia social, en franco y permanente debate de posicionamiento desde los años sesenta del pasado siglo.

El multiculturalismo, el rechazo a la originalidad y la posteridad como aspiraciones de los creadores artísticos para su consagración, el desplazamiento definitivo de lo bello como categoría rectora del análisis estético, son algunos de los indicativos de este complejo debate de ideas que vive la humanidad de hoy,

con nuevos acentos polémicos binarios, como la resistencia ejercida desde las propias identidades *versus* globalización hegemónica.

Debe quedar claro que estos ensanchamientos en la producción y la receptividad de creaciones artísticas no presuponen la aceptación inmediata de los exponentes de avanzada. La sorpresa ante lo nuevo y la propia irreverencia, todavía hoy deparan a no pocos escritores, músicos y artistas de la visualidad o la escena, cierta reticencia cuando sus propuestas resultan atrevidas, trasgresoras del canon. En primer término, el apego a la cultura de masas, siempre repetitiva de esquemas, predispone ante la aparición de propuestas más elaboradas, las cuales crean sus propias elites de consumo y en un polo tan opuesto a lo masivo que impide apreciar la riqueza fuera de su canon. La profunda huella de la modernidad hasta nuestros días, también conspira contra la recepción de productos renovadores, connotados por la preeminencia conceptual: hay quienes consideran impertinente el carácter efímero de un *performance* o ver cómo se derrite al sol una pieza escultórica de cera, sin que sus creadores lo lamenten; no tiene por qué resultar grato a los espectadores la convocatoria a integrarse en la representación teatral a la que asisten con intención pasiva y puede molestar enormemente la *parodia desacralizadora* de clásicos otrora acreedores de un culto universal. Ante poemas de actualidad, hay lectores que añoran lo que entienden por poesía basándose en modelos de la primera mitad del siglo XX e incluso del romanticismo del siglo XIX, y así se localizan muchos otros ejemplos de incomprensiones y confrontaciones entre creadores y receptores.

La cultura cubana no está exenta –nunca lo ha estado- de esa tensión binaria entre canon y vanguardia, continuidad y ruptura. En estos momentos esa relación dialéctica, inacabada siempre, aunque recree elementos de movimientos anteriores en una espiral de desarrollo hacia el futuro, cobra relevancia y requiere de mayores esfuerzos de análisis e interpretación, si se tiene en cuenta la voluntad emanada de la actual política cultural en pro de una cultura general e integral a favor de toda la sociedad. [5] Ante la magnitud de semejante meta, los promotores de la creación artística no deben perder oportunidad para el auspicio de nuevos valores, responsabilidad enfatizada en la labor de la crítica especializada, la de los instructores de arte y otros especialistas, en tareas que eleven el nivel de apreciación de la comunidad.

Si bien es cierto que esta ingente batalla arrojará frutos a mediano o largo plazo, lo que se realice cada día determinará los resultados futuros, en aras de que las mejores producciones ganen por sí mismas espacios en las preferencias de públicos, hoy a merced de estereotipos comerciales, ramplones productos

[5] *Esta estrategia de política cultural también se conoce como masificación de la cultura, nomenclatura que de ningún modo pretende aupar la cultura de masas. Deben evitarse confusiones y más aún instrumentaciones de promoción erradas por no entender esta diferencia.*

seudo-artísticos, propulsados por poderosos medios de difusión en una globalización hegemónica, no ya de recursos económicos sino también del pensamiento.

Facilitar la inserción de la avanzada renovadora de distintas manifestaciones artísticas y contribuir a la aceptación y el disfrute de entregas dinamizadoras de los consumos culturales, constituye una pauta de realización profesional muy apreciable en los promotores de la creación artística, basada en el respeto a las condiciones individuales que exige el proceso de creación, irrepetible, de acuerdo con la personalidad de cada artista.

Delimitado, al menos sumariamente, el campo para la promoción de la creación artística, podemos insistir en la puntualidad para operar en tan delicada labor. Así observamos cómo los enfoques antropológicos en torno a la promoción cultural, resultan insuficientes al acometer la tarea. Veamos a continuación uno de esos conceptos, -que preside hoy en nuestro país la intervención sociocultural comunitaria-, consensuado por el Sistema de Superación para la Cultura, en taller impartido por esta institución en 2001:

Metodología particular de intervención en la cultura que, con ajuste a necesidades, demandas y posibilidades en cada contexto, y a los principios y fines de sus políticas culturales, se apoya en la creación, la conservación, la movilización y la administración de recursos, para contribuir al desarrollo cultural de individuos, grupos y sociedades.

Comparémoslo con el criterio que sigue, de la culturóloga Lecsy Tejeda (1948 -2004):

«Campo interactivo, donde se complementan e integran artistas y públicos con el propósito de sentir y reflexionar ambas disímiles experiencias creativas. El carácter subjetivo y dinámico de este proceso de crecimiento exige un enfoque transdiciplinario e integral que recorre las esferas de la investigación, el desarrollo y la comunicación sociocultural.» (Tejeda, L. 2001, p. 25).

Es fácil constatar que el segundo de estos conceptos reafirma la esencia del primero, pero además aporta elementos [6] muy útiles para la promoción específica del talento artístico.

Detengámonos primero en la relación entre emisores (artistas) y receptores (públicos) destacados por la estudiosa, cuando advierte de *ambas disímiles experiencias creativas*. Si en la modernidad se había transitado desde el protagonismo del sujeto emisor (artista) y luego la del objeto producido por él (obra de arte), ya en las últimas décadas del siglo XX se observa un desplazamiento hacia el consumidor, como elemento activo en este proceso, lo cual afianza la función comunicativa del arte y eleva a un primer plano de atención a los públicos, hasta en el rango de coautores de la propuesta artística.

---

[6] *Subrayadas por el autor de este artículo.*

Por consiguiente, quienes se desempeñan como promotores de creadores artísticos y sus obras, deben considerar en sus estrategias, de manera especial, al receptor. Ante todo es recomendable reducir al mínimo cualquier tratamiento intuitivo, empírico, en la labor de conocer y trabajar con los consumidores del arte y obsérvese que una primera condicionante de las técnicas aplicadas al respecto la arroja la pluralidad: no es lícito hablar de público, sino de públicos, y sólo mediante una puntillosa segmentación, el promotor hallará públicos para sus ofertas y podrá prever la potencialidad de receptores, para el éxito. Ejemplos de esta operación sobran en todas las manifestaciones artísticas, resumámoslos con dos:

1) Teatro para niños, ¿de preescolar, primer o segundo ciclos de primaria, secundaria básica? No todas las agrupaciones cuentan con una maestría, como La Colmenita, capaz de satisfacer los intereses y las expectativas de todos estos segmentos y hasta de los muchos espectadores adultos que gustamos de sus presentaciones.

2) Música bailable, ¿para jóvenes, adultos o adultos mayores?, ¿sector urbano o rural?, ¿en salones o espacios abiertos? Como en el ejemplo anterior, deben descartarse las ofertas excepcionales. ¿Cuál sería entonces el alcance de la que yo promuevo?

La otra vertiente operacional en cuanto al tratamiento de los públicos, que necesita de una constante capacitación por parte del promotor del talento artístico, concierne a la detección de públicos latentes es decir, aquellos posibles consumidores para determinada oferta, que permanecen ocultos o son difíciles de motivar con acciones rutinarias de promoción. En ello juega un papel determinante elevar el nivel de apreciación de éstos, tarea de todo promotor cultural, enfatizada en los perfiles de los instructores de arte y los críticos especializados. Hay quienes plantean que las presentaciones de ballet no le serían indiferentes si pudieran «entenderlas»; no les desagrada lo que han presenciado de esa manifestación y se interesarían en ella con un entrenamiento previo para su disfrute, que no es tan difícil de ofrecer –al menos en nuestro país- como pudiera parecernos.

El otro hincapié enriquecedor del concepto de promoción cultural aportado por Lecsy Tejeda atañe al trabajo *transdiciplinario*. Es reconocida, por simple inspección, la labor interdisciplinaria como la que procura un producto a partir de lo aportado por distintas profesiones. Cuando esos aportes van interrelacionándose en el proceso mismo, entre profesionales conocedores además de su especialidad, de las restantes involucradas en el producto por conseguir, puede hablarse de *equipo transdiciplinario*. Veamos un caso hipotético representativo: un grupo interventor comunitario, integrado por sociólogos, psicólogos, pedagogos y artistas, se propone revitalizar tradiciones regionales, y

no sólo analizan lo concerniente a la disciplina de cada cual, sino, de manera poliédrica, las tradiciones que desean rescatar, es decir el propio objeto de estudio. [7]

Premisa indispensable para el promotor de la creación artística es su especialización en la manifestación que lo involucra; alcanzar muchos de los objetivos de su profesión, dependerá de vincularse *transdiciplinariamente* con profesionales de la investigación y la comunicación social, la dirección y producción de espectáculos u otros.

En la concreción de acciones integradas a la que hacíamos referencia, la promoción de creadores artísticos y sus obras, podrá basar estrategias a partir de las líneas que a continuación se resumen, teniendo en cuenta el grado de incidencia de las mismas en la especificidad que nos ocupe.

Principales líneas de acciones en el campo de la Promoción Cultural

Intervención sociocultural comunitaria:

Animación Sociocultural (ASC) / Educación Popular / Talleres de Transformación Integral (TTI) [8] / Trabajo Cultural Comunitario de la UNEAC / Procesos Correctores de la Vida Cotidiana

Informativa:

Divulgación / Propaganda / Publicidad

Investigaciones socioculturales:

Diagnóstico Sociocultural Comunitario / Públicos / Mercados

Productos (industriales y artesanales) y servicios culturales:

Programación / Crítica Especializada / Comercialización / Relaciones Públicas / Dirección y Producción de Espectáculos

Enseñanza especializada:

Sistema de Escuelas de Arte / Instituto Superior de Arte (I S A) / Escuelas de Instructores de Arte / Centros para el perfeccionamiento de la labor artística y profesional de la cultura

A primera vista ese cuadro resumen arroja a las claras el gran número de profesiones y ejecutantes que contribuyen, de un modo u otro, con la promoción cultural, dentro de un ciclo reproductivo que circula desde la creación a la difusión, pasando por estadios no menos significativos, como la acumulación y preservación de un multifacético patrimonio material e inmaterial o menos tangible. [9]

---

[7] *Puede consultarse el concepto de transdisciplinario que ofrece Mayra Espina Prieto en el texto de esta autora consignado en la bibliografía.*

[8] *En Ciudad de La Habana, el resto del país contempla para este mismo indicador la metodología de Trabajo Comunitario Integrado.*

Se trata de un engranaje en el que no debe descuidarse ninguna pieza, aunque corre el riesgo de lamentables olvidos, como el de no percatarse de que sin acciones investigativas, cualquier tipo de promoción carecería de una base sólida; o pretender obviar la constante superación profesional de artistas y promotores, como línea hacia un perfeccionamiento cada día más ineludible.

Algunos especialistas prefieren presentar ciertas cadenas de acciones, como las de programación, como subsistemas independientes, aunque concomitantes con la promoción cultural. Creemos que la conveniencia de involucrarlas todas dentro de un mismo sistema –independientemente del respeto a los perfiles propios de cada una- estriba en enfatizar el objetivo de promover integralmente.

Las consideraciones que siguen intentan calzar el éxito de algunas acciones concretas. Pero, como acaba de plantearse, no actúan eficazmente fuera de un rango sistémico; si bien resultan de especial interés en la promoción del talento artístico, su utilidad mermaría sin articulación con las restantes.

La tríada de la línea informativa: *divulgación /propaganda / publicidad*, figura como técnicas de apelación y, en tal condición también son consideradas en los estudios de *mix* para la comunicación promocional, el marketing de productos y servicios, u otros temas de gestión.

A pesar de que a nivel mundial existen múltiples formas de independizar conceptualmente esas técnicas, e incluso aceptarlas como una sola que toma varias nomenclaturas, los estudiosos cubanos de la comunicación las caracterizan por separado [10] y procuran cierta independencia para la propaganda como arma de incidencia ideológica, lo cual no significa que en la divulgación y la publicidad no subyaga, situación observada con gran tino por Ramonet, I. (2005) en lo que denomina *propagandas silenciosas*.

En relación con el acto de divulgar o hacer publicidad, resultaría muy simplista considerar el primero como inherente a una sociedad socialista y el segundo a las de consumo. [11] En materia de promoción de creadores y obras artísticas, es lícito acometer una publicidad con mensajes precisos, que a veces

---

[9] La UNESCO aplica la nueva nomenclatura de patrimonio material o inmaterial, para sustituir las categorías de tangible e intangible, que parecían menos precisas; no obstante, la actual terminología–al menos en idioma español- aún es susceptible de presentar insuficiencias, referidas a fiestas populares, idiosincrasia, hábitos alimentarios y otros rubros bajo la denominación de patrimonio inmaterial. Al respecto resulta de gran interés el artículo de Jesús Guanche consignado en la bibliografía.

[10] Puede consultarse al respecto Comunicación, propaganda y publicidad, selección de lecturas compilada por Consuelo Martín Fernández y Martha Díaz Fernández, consignado en la bibliografía.

[11] Al respecto puede consultarse Publicidad, mito y realidad en el socialismo de Mirta Muñiz, consignado en la bibliografía.

alcanzan un alto vuelo estético. Durante los últimos años se ha demostrado que la publicidad moviliza con más vigor hacia instituciones culturales (museos, bibliotecas, librerías), espectáculos (de música, teatro, danza) e importantes eventos (Festivales y Ferias), y no sólo con *spots* de televisión, también desde medios radiales y de la prensa escrita, o gracias a la inserción paulatina de nuevas tecnologías, como *internet*.

Estas técnicas son aplicadas en distintos soportes, los que reconocemos como medios visuales, auditivos o audiovisuales. Sin embargo, otras clasificaciones, según el alcance de estos medios, [12] favorecen más su empleo racional de conjunto, en la promoción cultural.

Pensemos en la contundencia de *medios masivos* como la radio y la prensa plana, desperdiciada por promotores que privilegian la televisión, de indudable potencia, pero menos efectiva para ciertas acciones y en determinados horarios que los otros dos medios mencionados.

La eficacia de *medios directos* como los plegables, los objetos promocionales y aún más las invitaciones, pues las mismas distinguen y a la vez comprometen, hace observar su decisivo peso en la captación de públicos. De igual modo, contar con un competente dossier facilita la promoción de artistas, servicios culturales, eventos. Por su parte el reclamo de carteles, altoparlantes y otros *medios indirectos*, de efímero contacto con los receptores, sorprende por su potencialidad.

Pongamos ejemplos de lo anterior: las Ferias del Libro, de contar con ventas de entradas y libros en puntos lejanos al centro donde se desarrolla el magno evento, necesitan del beneficio publicitario de medios directos e indirectos. Otro tanto ocurriría en las fiestas periféricas de un gran carnaval, por no citar las programaciones permanentes de casas de cultura, bibliotecas, galerías y otras instituciones municipales, las cuales dependen más de estos medios para satisfacer necesidades comunitarias, que del spot televisivo.

También se tendrá muy en cuenta un cuarto grupo de medios, los *propios* de cada manifestación artística. Presentaciones de libros, libro-debates, para promover la lectura, galas y festivales de música, premier de un filme, salón provincial de artes plásticas, son algunos ejemplos de este amplio conjunto, que además incluye los grupos humanos interesados en cada manifestación: Sociedad Cubana de Amigos del Libro (SCAL), Círculos de Amigos del Ballet, y otros muchos.

El peso de la línea que hemos denominado como de promoción de productos y servicios culturales, resulta decisivo en el desempeño de los promotores de la creación artística, veamos pues, por separado, algunas de sus acciones:

---

[12] *Para mayor información al respecto puede consultarse el manual Hacia una difusión nacional del libro, que recoge la bibliografía*

Programación:

Al escuchar quejas de los artistas por no ser promovidos, enseguida nos viene a la mente que no han accedido lo suficiente a los medios en que opera la línea informativa: televisión, radio, prensa plana, internet… Esos creadores y sus promotores no se detienen a pensar que la base para difundir propuestas artísticas radica en una certera programación. Hay que programar primero; luego, o paralelamente, se emprende la divulgación o la publicidad. ¿Acaso alguien con capacidad para pintar o esculpir, debe declararse artista sin que nadie haya visto sus obras? ¿Es lícito hablar de un escritor que escriba para sí, ajeno a esa programación especial que es la edición de textos en algún soporte?

Tanta importancia le concede el Ministerio de Cultura a la programación, para la consecución de logros hacia el desarrollo, que vela permanentemente por su eficiencia en todos los espacios territoriales, desde los consejos populares hasta el propio nivel ministerial. Las múltiples estructuras emanadas de la política cultural cubana, sobre la base de programas y proyectos, va alcanzando una alta profesionalidad, por lo cual suele independizarse como un sistema de acciones más amplio y heterogéneo de la Promoción Cultural, aunque en esencia insistimos en que se trata de un peldaño fundamental para promover.

Ante todo debe quedar definitivamente atrás la programación administrativa o burocrática, que otrora hacía lamentar un buen número de desaciertos, aquella de «a tantos espacios, tantas propuestas artísticas, y salga el sol por donde salga». Además del rigor técnico que requiere esta implementación, los promotores que organizan servicios culturales, muestran su sensibilidad al diseñar una oportuna programación.

Los siguientes elementos para evaluar una programación cultural, pueden servir de indicativos de un correcto desempeño:

Aunque los indicadores numéricos por sí mismos no dan fe de grandeza en la labor cultural, no es posible obviar la objetividad de parámetros susceptibles de medición en cantidades. La programación de una institución cultural no puede ser eficiente si ha dejado de utilizar espacios, si se proyecta en horarios reducidos o en el caso de cálculos impropios -por defecto o exceso- para recibir una cantidad de personas en determinado servicio. Todas esas relaciones entre capacidades y aprovechamiento, deben cuantificarse meticulosamente, para proceder a los rediseños que convengan.

Más sutileza y preparación profesional requiere la evaluación cualitativa, no tanto por la subjetividad que entraña, como por evidenciar raseros que escapan a veces de la lógica más elemental. ¿Habrá, por ejemplo, que ser extraordinariamente capacitado para entender en qué consiste una programación balanceada?

Al igual que una dieta, o cualquier otra acción que requiera de balance, la programación cultural encontrará la suya, primero: en concordancia con su destinatario (los receptores) y dado un objeto social reconocido. Segundo: en los componentes de la oferta programada. Ambos a partir del conocimiento exacto de la misión de la institución que programa.

Si de instituciones se trata, debe diseñarse una programación que satisfaga intereses de todos los sectores etarios involucrados en su objeto social: infanto-juvenil, jóvenes, adultos, adulto mayor. Sobre todo la casa de cultura suele padecer de estos *desbalances*, a despecho de un amplio espectro de necesidades por satisfacer. La carencia de instructores de arte y otros especialistas, puede incidir en esta desfavorable situación, o simplemente una precaria distribución de recursos humanos y tecnológicos en función de la potencialidad de la institución.

El balance, llamémosle interno, de una propuesta determinada depende del buen empleo de recursos, mientras que su antípoda se suscita generalmente por la improvisación o el mal gusto de los ejecutores. Un espectáculo donde intervienen varias unidades artísticas, depende para su éxito de ajustes pertinentes de géneros, estilos, presencia grupal o de solistas, masculina o femenina, para evitar monotonía y una desaliñada articulación.

A riesgo de que resulten verdades de Perogrullo, a continuación se caracterizan algunos servicios, frecuentes en muchas programaciones culturales, pues la experiencia de trabajo muestra que los organizadores de los mismos, los promotores y participantes en general, no dominan los perfiles propios de estas propuestas, a pesar de su recurrencia, y por consiguiente limitan su aprovechamiento.

Tertulias: reuniones informales para aglutinar personas interesadas en determinados temas. Ante todo ofrecen un espacio permanente para el esparcimiento cultural de los contertulios, de ahí que lo sistemático sea un requisito indispensable para su permanencia en el tiempo: día y hora fijos, en la semana, la quincena, el mes, frecuencias trazadas para habituar, que no deben alterarse arbitrariamente. Es recomendable además que para el número de esas frecuencias se prevea la garantía de continuidad; de nada vale instituir un Viernes de la Poesía semanal si en el plazo de un semestre nos quedamos sin poetas o poemas que presentar en la cita. Entonces, en ese caso, sería preferible distanciar las frecuencias.

Entre nuestras tertulias abundan las llamadas *peñas*, de todo tipo; para muchos encuentros se pretende esta denominación, en la que el anfitrión es el elemento aglutinador que da especificidad a esta tertulia.

Veladas y *galas*: el carácter conmemorativo define estos espectáculos. En los primeros se imponen horarios nocturnos, como indica su nombre a partir de tradiciones religiosas o políticosociales. En ocasiones se presencian espectácu-

los de gala dentro de la programación para una semana de la cultura u otros eventos, con menor lucimiento que otras propuestas dentro de un mismo evento. Al respecto cabe recordar cómo el esplendor de la gala se gana o pierde por su diseño, el buen gusto del guión, la limpieza ejecutoria, y no, como algunos consideran, por el carisma o la valía de determinados artistas que presidan esos espectáculos.

Conferencias y *charlas ilustradas*: la diferencia entre una y otra de estas ofertas es declarada por la autoridad de quien la imparta, pero también la capacidad de ese emisor para subyugar, apenas con la voz, a los concurrentes. Pocos comunicadores, independientemente de su sabiduría, tienen el don de la palabra para intervenir con conferencias en la dinámica de las sociedades actuales, impregnadas de un ritmo de vida agitado, mucho menos bajo el membrete –tan en boga- de *conferencia magistral*, rango que acarrea desatinos y hasta falta de respeto al auditorio. Incluso en las acciones docentes se prefiere cada día más la interrelación que proporcionan las sesiones francamente participativas, proclives a *la coautoría de los públicos*.

Cabe aclarar que de ningún modo el formato de charla, aunque menos formal que la conferencia, tiene por qué carecer de un alto grado de información, y además permite más concentración en el tema que se aborda, a partir de los apoyos ilustrativos: visuales, auditivos, audiovisuales y hasta de invitados en vivo. El enfoque que suele suponerse ante el anuncio de una conferencia, el prestigio deseado con convocarla, puede corresponderse con la charla y adicionar la ganancia de atraer a más interesados.

Crítica especializada:

En materia de arte, el ejercicio del criterio opera en un sentido de evaluación integradora, es decir la exploración que detecte puntos de suficiencias e insuficiencias. Suele mal entenderse como crítica a creadores artísticos y sus obras, a los pronunciamientos sólo para declarar deficiencias, lo cual reduce y hasta desarticula este engranaje evaluativo.

Conservan total vigencia los postulados de Martín Vivaldi [13] que señalan como condicionantes intrínsecas de la crítica ser justa, ponderada y especializada. Sobre esa base pueden perfilarse los saldos más prominentes del instrumental crítico: orientar a creadores y receptores, para un perfeccionamiento y disfrute de resultados, y establecer jerarquías de obras, autores, procesos creativos; acción proveniente de un consenso resultante de la evaluación particular de un grupo de críticos, en un momento específico, pues la permanente relectura, destituye o potencia lo ya evaluado. Estas ganancias singularizan la valía de la crítica en el sistema operativo de la promoción cultural. Ante la permanente demanda de más crítica artístico-literaria, conviene reconocer su

---

[13] *En capítulo dedicado a la Crítica del Curso de redacción, texto que cuenta con varias ediciones cubanas desde 1974, por la editorial Pueblo y Educación.*

instrumentación expresada en distintos niveles:

Uno, muy inmediato, se despliega en la prensa diaria. Por su fuerza de movilización y la propia necesidad de contar con estos espacios críticos, que manifiestan los creadores y consumidores de productos artísticos, se siente bastante su carencia cuando se observan contracciones drásticas en la salida de periódicos, revistas, carteleras, programaciones radiales y televisivas dedicadas a este fin u otros soportes. Ello hace olvidar -como síntoma de ausencia crítica- otros niveles en que la misma también se ejerce.

Los medios especializados en distintas manifestaciones artísticas y culturales en general, por suerte abundan en nuestro país, y su circulación interesa a un buen número de consumidores. El lector cubano encuentra en esas revistas, información y crítica del arte y la literatura nacionales, y también en el plano internacional. *Revolución y Cultura, Temas, La Gaceta de Cuba, El Caimán Barbudo, Casa de las Américas*, puede que sean, por su ya larga trayectoria, las más conocidas de nuestras publicaciones culturales, a las que se suma un conjunto representativo de todas las manifestaciones artísticas: *Cine Cubano, Musicalia, Arte Cubano, La Letra del Escriba, Tablas*, entre otras. También los contenidos de evaluación crítica aparecen en revistas culturales editadas en cada provincia del país: *Extramuros* (Ciudad de La Habana), *Cauce* (Pinar del Río), *La Pedrada* (Sancti Spíritus), *Videncia* (Ciego de Ávila), *Sic* (Santiago de Cuba), por sólo citar algunas.

Además existe otro nivel de la crítica que no suele reconocerse como tal, conformado por diferentes equipos evaluativos en todas las manifestaciones artísticas. El primer consenso crítico que enfrenta un escritor es el comité lector editorial que aprueba o no su texto para ser publicado; el otorgamiento de categorías mediante audiciones presididas por un tribunal, evidencia un rasero crítico permanente en la música; los artistas de la visualidad son sometidos por los especialistas de las galerías a un dictamen que determina la exposición de sus obras; y así ocurre en todas las esferas de la creación artística.

Complementan este último nivel los podios académicos de las Ciencias del Arte, con una profundidad hasta la consagración de determinado talento. Los resultados de las tesis para doctorados, maestrías y otras categorías científicas, muchas veces publicados en nuestro país, aportan un alentador intercambio de opiniones en torno a la creación artística y el propio estado actual de la crítica a nivel nacional.

No es ocioso recordar que el instrumental crítico se localiza en permanente proceso dialéctico, que ratifica o deroga dictámenes, de acuerdo con las proyecciones de cada época, de cada consenso analítico que decanta valores para la posteridad, incluso en momentos en los que muchos creadores descartan la aspiración de perpetuarse gracias a la magnificencia de sus obras.

Comercialización:

Recordemos los albores de la modernidad, desde la perspectiva prerrenacentista a finales de la Edad Media, marcando el inicio de expansivas relaciones entre arte y mercado, para trazar un periplo de fuertes tensiones hasta nuestros días, ante lo delicado que resulta insertar en la compra-venta valores espirituales. No en balde Marx catalogaba al libro de mercancía especial, por su dualidad material (objeto) y espiritual (contenido).

Otro período que marca un hito en estos vínculos es el Siglo de las Luces (siglo XVIII), por el destacado papel del arte en una sociedad que inaugura derechos civiles incitadores al consumo de valores intelectuales y estéticos, capaces de poner en evidencia la aristocracia del espíritu, al sustituir el latín como lengua elitista por los idiomas nacionales modernos, en la publicación de los textos. Imparable resulta desde entonces la difusión de ideas, que nutre los medios masivos de comunicación: la prensa plana en el siglo XIX, la radio en la primera mitad del XX, y en la segunda, la televisión.

Si bien es cierto que la democratización propulsada por tan poderosos medios provoca un giro sustancial de los consumos culturales, a su vez la creciente voracidad mercantil hace sentir un amargo peso a los artistas de más elevada expresión, durante el siglo XX y hasta nuestros días, incluso a los que cultivan las manifestaciones populares. Privilegiar esquemas repetitivos, sinónimos de altos dividendos inmediatos, relega a los exponentes renovadores del arte. Las concesiones, las complacencias en aras de lucro, lastran al talento y subvierten no pocos valores. El arte y sus creadores comienzan a sentir, con una fuerza inusitada, la pérdida de la autonomía alcanzada hasta la primera mitad del pasado siglo. [14] El mercado se entroniza poco después como único meta-relato ideológico capaz de subsistir en el debate modernidad-postmodernidad. [15]

Los promotores procurarán que los artistas tomen conciencia de esas flaquezas, para lo cual sería útil reflexionar en torno a la rapidez con que la cultura de masas mercantilista recicla sus propuestas, sin variar las fórmulas aceptadas por los receptores pero desplazando constantemente los «ídolos», siempre en busca de nuevos sensacionalismos y «estrellas», respaldados por un alto nivel publicitario. Aunque el ascenso hacia el reconocimiento público depare mayores esfuerzos, la permanencia se corresponde con el arte verdadero.

A pesar de estas adversidades, cabe asumir el reto de colocar responsablemente los frutos de la creación artística en el mercado, sobre la base de

---

[14] *Al respecto resulta de mucho interés el artículo de Ricardo Piglia consignado en la bibliografía.*

[15] *Textos de Jameson, como el que aparece en la bibliografía, hacen notar la consideración de que en vez de una postmodernidad, asistimos desde finales del pasado siglo a una modernidad tardía.*

principios éticos firmes y la voluntad de desarrollar y difundir al máximo las potencialidades de los creadores genuinos.

Relaciones públicas:

Las posibles consideraciones en cuanto a este rubro, rebasarían el marco sintético del presente texto, aún más si se tiene en cuenta que sus acciones resultan de primer orden para los promotores que se desempeñan como representantes de artistas, u otros profesionales de la cultura.

Tan amplios son los instrumentos que proporcionan esas acciones, que en distintas áreas subordinadas al sector de la Cultura, los cargos de divulgadores han sido sustituidos por los de relacionistas públicos, aunque lo más eficaz sería contemplar ambas especialidades bajo la denominación de comunicadores sociales, que sí las abarca con legitimidad, sin la pérdida de los perfiles específicos de cada una.

En el centro de atención de las relaciones públicas se ubica un objetivo palmario: crear y mantener una imagen que propicie vínculos favorables entre la entidad (o el talento artístico representado) y todos los públicos posibles, incluidos los llamados internos, conformados fundamentalmente por el personal que labora dentro de la propia entidad.

Al igual que el resto de las acciones para la promoción, las relaciones públicas aplicadas en el terreno de la creación artística, requieren de procedimientos puntuales apoyados por una sólida formación estética; de modo que alguien técnicamente preparado para ejercerlas en otros terrenos, debe sumar a su acerbo un conocimiento profundo de las manifestaciones de su incumbencia y una constante actualización cultural que le permita promover sobre la base de valores sustanciales.

En lo que respecta a estas funciones, sobre todo en la atención a turistas extranjeros, todavía se notan frecuentes irregularidades que priorizan un marco comercial plagado de pintoresquismo, a despecho de la autenticidad de propuestas musicales y de baile, por sólo citar los casos más lamentables. También existen buenos ejemplos de este desempeño, como los sostenidos por proyectos culturales en el Hotel Inglaterra, auspiciados por la UNEAC y otras instituciones de la capital.

Al carisma que suele acompañar a estos profesionales se añade, para una incidencia positiva, la minuciosa observación de ambientes (la decoración de las instalaciones, por ejemplo) y propuestas (pensemos en espectáculos de pequeños y grandes formatos), de modo que siempre prime el buen gusto y la confianza de los receptores en la profesionalidad de la institución o el talento artístico que el relacionista público promueva.

En correspondencia con el rango de especializadas que ostentan las acciones de la promoción en el arte –aspecto en el cual se ha insistido bastante en

el presente texto-estas notas concluyen con un hincapié al respecto, facilitado por los talleres en torno al tema, [16] desarrollados por el Centro Nacional de Superación para la Cultura en coordinación con la UNEAC, desde 2001.

Las intervenciones de experimentados profesionales de distintas esferas del arte y sus interlocutores en estos talleres, permiten reunir un grupo de recomendaciones que garantizan mayor eficiencia. A continuación las resumimos:

La dimensión de proceso siempre en movimiento, obliga a renunciar a cualquier estatismo que adocene enfoques y procedimientos en esta promoción. Tampoco debe olvidarse, para trazar estrategias, el rango sistémico que hace interdependientes acciones y soportes.

Aprovechar al máximo las nuevas tecnologías en la instrumentación de una sostenida y coherente promoción acometida hacia el consumo nacional y para fortalecer la presencia del arte cubano en predios internacionales, constituye una responsabilidad ineludible para los especialistas que difunden estos valores.

El establecimiento de jerarquías, a partir de la crítica especializada, requiere de esfuerzos crecientes para una mejor programación y difusión que argumenten los valores en cada otorgamiento de rangos.

Por último, valga recalcar que debe estar presente en el ánimo de los promotores del arte una constante superación, capaz de elevar su formación estética y el afianzamiento de otros valores que patenticen su favorecedora incidencia social.

---

[16] *Para ampliación de este tema se recomiendan las ediciones del programa televisivo Punto de partida, dedicadas a la promoción en cada esfera del arte.*

Bibliografía

Acha, J. (1971). *El consumo artístico y sus efectos.* México: Editorial Trillas.

Benjamín, W. (1971, enero-marzo). La obra de arte en la era de la reproducción técnica *Cine Cubano*, 66/67, 100-120.

Cardoso Duarte, D. (2002). *Atlas etnográfico de Cuba* (CD- ROM). La Habana: Centro de Antropología, Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana «Juan Marinello», Centro de Informática y Sistemas Aplicados a la Cultura.

Claxton, M. (1994). Cultura y Desarrollo, una relación simbiótica. *Cultura y Más*. UNESCO, 12-13, 5-9.

Díaz-Polanco, H. (2008). *Elogio de la diversidad. Globalización, multiculturalismo y etnofagia.* La Habana: Casa de las Américas.

Eagleton, T. (1999, enero-febrero). Las contradicciones del postmodernismo. *La Gaceta de Cuba*, 1, 58-65.

Espina Prieto, M. (2006, enero-junio). Comentarios sobre el concepto de marginalidad en la sociología. *Catauro. Revista cubana de antropología*, 13, 25-30.

Flaker, A. (1984, enero-diciembre). Sobre el concepto de vanguardia. *Criterios*, 5-12, 189-197.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos*. México: Editorial Grijalbo.

Gardner, J. (1996). *¿Cultura o basura?* Madrid: Acento Editorial.

González Castro, V. (1991). *Profesión: comunicador*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

Guadarrama, P. (1998). *Humanismo, marxismo y postmodernismo*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

Guanche, J. (2004). ¿El patrimonio de la cultura popular tradicional es realmente inmaterial o intangible?» *Catauro. Revista cubana de antropología*, 9, año 5, 99-107.

Hart, A. (2001). *Cultura para el desarrollo.* La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

Heidegger, M. (1978). *Arte y poesía*. México: Fondo de Cultura Económica.

Hopenhayn, M. (2000, noviembre). *Multiculturalismo proactivo: una reflexión para iniciar el debate*. Ponencia presentada en el evento Nuevos retos de las políticas culturales frente a la globalización, Barcelona.

Jameson, F. (2004). *Una modernidad singular. Ensayo sobre la ontología del presente.* Barcelona: Gedisa.

Martín Barbero, J. (1994). *Comunicación y diseño cultural*. Medellín: Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia.

Martín Fernández, C. y Díaz Fernández, M. (2004). *Psicología social y vida cotidiana. Comunicación, propaganda y publicidad.* La Habana: Editorial Félix Varela.

Martínez Gómez, J. A. (2003). Reflexiones en torno al concepto de cultura. *La Pedrada*, 3, Ministerio de Cultura. (1980). *Hacia una difusión nacional del libro.* La Habana: Ministerio de Cultura.

Ministerio de Cultura. (1996). *Instrumentos de éxitos en la Animación Sociocultural*. Bogotá: Ministerio de Cultura.

Morawski, S. (1984, enero-diciembre). Arte masivo y arte elitario. En pro y en contra. *Criterios*, 5-12, 210-242.

Mosonyi, E. (1982). *Identidad nacional y culturas populares.* Caracas: Editorial La Enseñanza Viva.

Muñiz, M. (1990). *Publicidad, mito y realidad en el socialismo*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

Néstorov, V. (1984). El arte popular y la cotidianidad. *Criterios*, 5-12, 243-247.

Nodal Pérez, L. (2001, enero-abril). Relaciones públicas: la organización de eventos». *Espacio*, 4, 46-48.

Orejuela Martínez, A. (2006). *El son no se fue de Cuba*. La Habana: Editorial Letras Cubanas.

Pino Santos, C. (1998). La pedrada en el espejo. *El Caimán Barbudo*, 286.

Prieto, A. (1997, enero-febrero). La Cigarra y la Hormiga. *La Gaceta de Cuba*, 1, 52-58.

Puig, T. (1995). *Marketing para paganos*. Barcelona: Ediciones del CIMAE.

Ramonet. I. (2005). *Propagandas silenciosas: masas, televisión y cine.* La Habana: Ediciones Especiales, Instituto Cubano del Libro.

Sánchez Medina, M. (Comp.) (2005). *Estética: enfoques actuales*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Tejeda del Prado, L. (2001, mayo-agosto). Investigación, desarrollo y comunicación sociocultural: unidad dinámica en el proceso de transformación personal y grupal. *Espacio*, 5, 25-27.

Importancia de la antropología cultural en la formación de los actores del desarrollo local: el promotor de la cultura

M Sc. Guillermo Julián Hernández

INTRODUCCIÓN

La antropología cultural, como ciencia, tiene mucho que ofrecer en la formación del sistema cognitivo de los promotores culturales y otros actores que desarrollan acciones de intervención sociocultural en la comunidad.

Enfatizar el papel de la antropología no significa menoscabar el aporte de otras ciencias sociales a la formación de la cosmovisión que debe tener un promotor cultural para el desempeño exitoso de su gestión profesional. Antes al contrario, el planteamiento de una metodología que permita la asunción transdisciplinaria y holística del objeto de estudio en cuestión, desde el inicio del proceso, es indispensable. En tal sentido, la participación de otras disciplinas relacionadas con los contextos socioculturales – sociología de la cultura, teoría de la cultura, estudios culturales, comunicación social, entre otras - es fundamental, en tanto implica la formulación de diferentes miradas sobre un mismo asunto.

El presente trabajo se limita a destacar un grupo de saberes de la antropología cultural que pueden facilitar el desempeño de los actores del desarrollo local, con énfasis en la figura del promotor cultural. Se destacarán la conceptualización de la cultura, el enfoque etnocéntrico, la diversidad cultural, el método comparativo y sus limitaciones, entre otros temas que son de la incumbencia de la antropología y en los cuales el promotor cultural puede encontrar respuesta, en alguna medida.

El abordaje de todo el corpus teórico de la antropología y su relación con el perfil del promotor cultural no constituye objetivo del presente trabajo. Se infiere que una mirada a contenidos parciales de diferentes escuelas o matrices teóricas antropológicas permitirá comprender cuán importante es su inclusión en los planes de estudio de los cursos para la formación de actores sociales.

ENCARGO SOCIAL DEL PROMOTOR CULTURAL

Ante todo, conviene precisar algunas características del trabajo del promotor cultural que tributan a su encargo social.

En primer lugar, puntualizar que éste desempeña su labor a partir del tiempo libre de que disponen los integrantes de la comunidad. De hecho, el promotor

desarrolla su trabajo precisamente en la comunidad, en un segmento de ella, o en instituciones que existen en el territorio, ya sean escuelas, fábricas, entidades culturales u otras.

De igual modo establecer que el acto de la creación, sea individual y/o colectiva, constituye la base indispensable que coadyuva a la realización de los procesos de promoción. Es precisamente en el binomio *creación – apreciación,* para algunos teóricos partes consustanciales del ciclo de la promoción, en el cual ésta desempeña un papel decisivo.

Por tal razón, el promotor requiere de un sólido andamiaje teórico-cultural que le permita utilizar con inteligencia y eficacia las diferentes técnicas y dinámicas de que dispone el trabajo social.

A partir de lo anterior no será difícil comprender la necesidad inexcusable que tiene el promotor de dominar profundamente diversas nociones de cultura, si se aceptan, además, dentro de sus funciones[1] más importantes, las siguientes:

a) Conocer a fondo la política cultural y contribuir en su implementación paulatina, pero sistemática.

b) Relacionarse con el potencial cultural, instituciones, y todos los actores sociales del territorio en el cual despliega su labor.

c) Contribuir a la transformación cualitativa de las personas, mediante las acciones y participación en las actividades.

d) Promover y participar en las investigaciones socioculturales, con el propósito de conocer a fondo el terreno en el que desarrolla sus tareas.

e) Plantear proyecciones estratégicas a corto y mediano plazo ajustadas a la realidad contextual del territorio.

f) Facilitar la vida cultural del territorio, conjuntamente con otros agentes.

g) Estimular la promoción de la cultura popular tradicional.

Vale acotar que la cultura se mueve en la amplia esfera de la ideología [2] y la subjetividad. Un mal manejo u orientación de la misma puede invertir y/o malograr los objetivos esperados. Así de sencillo, una decisión sobre un tópico cultural que no esté validado por la teoría y la práctica y que no responda a las

---

[1] *Para ampliar ver el trabajo del autor Aproximación al perfil del promotor cultural.*

[2] *En general, se entiende por tal el sistema de ideas, creencias, juicios de valor, actitudes y opciones respecto a fines y objetivos, que se halla en el fondo, y que a la vez es el origen, de las opiniones, decisiones y actuaciones que los individuos adoptan en los asuntos sociales y políticos. Por motivos históricos, se ha adherido al término una connotación peyorativa de autoritarismo de las ideas, dominio sobre todo de una clase social sobre otra, y hasta de un género (o sexo) sobre otro. (Diccionario de Filosofía Herder)*

necesidades sentidas del segmento de la comunidad con el cual se trabaja, puede conducir a la apatía y rechazo por parte de los participantes, en el mejor de los casos; y la pérdida de valores e incorporación de malos hábitos, en el peor.

LA ANTROPOLOGÌA Y EL PROMOTOR CULTURAL

En tal sentido, no es difícil afirmar que en el campo de la conceptualización [3] de la cultura es justamente donde la antropología puede ser más útil al promotor cultural, ya que esta disciplina, desde que se constituyó como ciencia, a partir de la segunda mitad del siglo XIX, se ha mantenido estrechamente vinculada a los estudios de la cultura, tal como lo corroboran Bohannan, P y Glazer M. (2003): «Desde que inició su desarrollo (la antropología), la idea de cultura no ha conocido interrupción. (…) ninguna gran escuela de antropología, que es «la ciencia de la cultura», ha visto a sus seguidores volver la espalda a la cultura. Por ahora»

En efecto, desde el surgimiento de la escuela evolucionista (2da. mitad del s.XIX), liderada por los ingleses Herbert Spencer (Inglaterra, 1820-1903), Edward G. Tylor (1832-1917) y el norteamericano Lewis Henry Morgan (1818-1881), padres fundadores de la antropología; la preocupación por el estudio de la cultura ha sido una constante. Hay que tener presente que la primera formulación científica de un concepto de cultura fue planteada, precisamente, por la escuela evolucionista que integraban los antropólogos que se citan anteriormente, en particular Tylor, quien en su artículo «Cultura Primitiva» [4] expresa:

> *«La cultura o civilización, tomada en sentido etnográfico amplio, es ese complejo total que incluye conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbres y otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad»*

Es conveniente que el promotor comprenda e incorpore, para un mejor desempeño de su trabajo, la importancia que tuvo para los científicos del siglo XIX «ese complejo total», como le llamó Tylor, en tanto planteamiento muy avanzado, al considerar la cultura como un contenido englobador - hoy se diría holístico - de un conjunto de características y aptitudes, incluyendo la civilización.

No obstante, también es necesario para el promotor conocer que, previamente al concepto expresado por Tylor, se movían algunas nociones heredadas

---

[3] *Utilizo la categoría concepto o conceptualización enel trabajo como una manera de operar y para no crear confusiones, ya que mi objetivo en este momento no es establecer diferencias semánticas entre concepto y noción. Aunque aclaro que esta última es la que suscribo. Asumir la categoría de noción me permite establecer que todo está en constante constructo, mientras que concepto tiene un carácter conclusivo.*

[4] *Tylor, Edward B. «Cultura Primitiva». En: Bohannan, P y Glazer M. «Antropología. Lecturas». Editorial Félix Varela. 2da. Edición. La Habana 2003, p. 64.*

de la Ilustración que consideraban la cultura como *idea de progreso*, incluyendo el tecnológico, debido a la influencia de la Revolución Industrial que Inglaterra lideraba en esos momentos.

Como nada es absoluto y todo está en constante movimiento y cambio, las esencias del concepto tylorista con respecto a la cultura, como es de suponer, fueron también sometidas a profundo análisis y crítica objetiva por representantes de escuelas o matrices antropológicas del s XX. Se podrían citar muchos ejemplos, pero sólo se aludirá a Geertz, C. (1987), quien asevera:

Los ensayos que siguen, en sus diferentes maneras y en sus varias direcciones están todos dedicados a reducir el concepto de cultura a sus verdaderas dimensiones, con lo cual tienden a asegurar su constante importancia antes que a socavarla. Todos ellos, a veces explícitamente, pero con más frecuencia en virtud del análisis particular que desarrollan, preconizan un concepto de cultura más estrecho, especializado [5] y, según imagino, teóricamente más vigoroso que el de E.B. Tylor, al que pretende reemplazar, pues el «todo sumamente complejo» de Tylor, cuya fecundidad nadie niega, me parece haber llegado al punto en el que oscurece más las cosas de lo que las revela. (p. 48).

Hago un paréntesis en este punto por considerar de suma importancia la noción de cultura que asuma el promotor cultural para su trabajo. El postulado tylorista, como se puede apreciar, cuyas particularidades, además, nutren la definición de cultura que la UNESCO presenta en México en 1982 [6] y que ha validado hasta el presente [7] en diferentes foros y congresos se cuestiona indistintamente a partir de la segunda mitad del siglo XX, no solamente por

---

[5] *El subrayado es del autor de este trabajo.*

[6] *«La cultura, en su sentido más amplio, puede considerarse actualmente como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.» UNESCO: Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales (MONDIACULT) que tuvo lugar en México, el 6 de agosto de 1982, llamada «Declaración de México sobre las Políticas Culturales».*

[7] *El concepto de cultura aprobado en MONDIACULT, México, 1982 fue ratificado en los siguientes foros internacionales: Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo, Estocolmo, Suecia 30 de marzo al 2 de abril de 1998. En la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, Adoptada por la 31 reunión de la Conferencia General de la UNESCO, París, 2 de noviembre de 2001; y en el cuerpo introductorio de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, París, 20 de octubre de 2005, cuando declara tener en cuenta las disposiciones de los instrumentos internacionales aprobados por la UNESCO sobre la diversidad cultural y el ejercicio de los derechos culturales, en particular la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de 2001.*

antropólogos de la talla de Clifford Geertz; sino por disciplinas emergentes como los estudios culturales, la comunicación social, y la teoría de la cultura, inclusive. Por lo tanto, el promotor cultural no puede obviar la actualización teórica – sistemática y permanente - en este sentido.

De igual forma, el promotor debe conocer algunas limitaciones que tuvo la antropología en sus inicios, tales como el concepto unilineal del desarrollo, en el cual se simplifican los procesos históricos y se fijan estadios idénticos para todas las culturas: primero salvajes, después bárbaras y por último civilizadas, con el solo detalle que esta última tendría que ser a semejanza del país metrópoli. Lo anterior denota una fuerte carga de etnocentrismo[8] y destaca su fuerte arista de discriminación racial.

De igual modo, el método comparativo formulado por Tylor fue objeto de fuertes críticas por parte de Franz Boas [9]. Este método, que tuvo sus orígenes en el campo de la biología y fue adaptado a la antropología, planteaba la aproxi-

---

[8] *Término creado por W.G. Summer, en 1906, que designa la tendencia a considerar las características de la propia etnia, grupo social, cultura o civilización, como superior y modelo universal para todos los otros grupos humanos o civilizaciones, y que está en la base de los racismos, intolerancias, chauvinismos y xenofobias. La mayor parte de los primeros estudios de la antropología cultural estuvieron fuertemente marcados por el etnocentrismo ya que, en general, concebían las sociedades primitivas como escalones previos a la formación de la sociedad civilizada (es decir, europea, según este punto de vista), que se tomaba como punto de referencia. Desde esta perspectiva, una buena parte de las tesis de la antropología cultural decimonónica y de principios del siglo XX aparecen, de de un supuesto etnos ario alemán superior; su obra se consideró perversa por esta ideología y fue incinerada públicamente en la universidad de Kiel, la misma institución en la cual había alcanzado su grado de doctor, en 1881. hecho, como producto del colonialismo. (Diccionario de Filosofía Herder)*

[9] *Franz Boas, (1858-1942), antropólogo y etnólogo germano-estadounidense. En 1883-1884 efectuó una exploración científica de la isla Baffin en la zona ártica. Dos años más tarde emigró a Estados Unidos y realizó el primero de una multitud de viajes para estudiar a los kwakiutl y a otros pueblos de la Columbia Británica. En 1899 se convirtió en el primer catedrático de antropología de la Universidad de Columbia, donde impartió sus enseñanzas hasta 1937. Fue el primer antropólogo que combinó la experiencia del trabajo de campo con la labor docente. Organizó y participó en la expedición Jesup de 1902 al Pacífico norte, que planteó la posibilidad de la existencia de una estrecha relación entre las culturas del norte de Asia y las de la región de la Costa Noroccidental del Pacífico, en América del Norte. Demostró asimismo la necesidad de estudiar una cultura en todas sus facetas, incluida la religión, el arte, la historia y el idioma, así como las características físicas de sus individuos. Una de sus conclusiones más notables fue afirmar que no existe una auténtica raza pura y que ninguna etnia es, de manera innata, superior a las demás. Sus publicaciones incluyen El crecimiento de los niños (1896), La mente del hombre primitivo (1911), Antropología y vida moderna (1928) y Raza, lengua y cultura (1940).*

mación de los sistemas sociales actuales con culturas anteriores. Las limitaciones que Boas adjudica a este método se sustentan en los siguientes criterios (Bohannan, P y Glazer M., 2003):

· Es imposible explicar todos los tipos de cultura afirmando que son similares, debido a la similitud de la mente humana.

· El descubrimiento de rasgos similares en sociedades diferentes no es tan importante como la escuela comparativa consideraría.

· Los rasgos similares se pueden haber desarrollado por muchas razones diferentes en culturas diferentes.

· La visión de que las diferencias culturales son insignificantes no tiene base. Son las diferencias culturales las que tienen mayor importancia etnográfica.[10]

Resulta interesante hacer un aparte en este punto de la *diversidad cultural*, por lo que implica para los estudios actuales sobre los temas de cultura y desarrollo. También para concederle a Franz Boas el debido mérito, en tanto precursor de un pensamiento muy avanzado para su época, al fundamentar la tesis de la importancia que tienen las diferencias culturales en los procesos de desarrollo. No se debe obviar, en este aparte, otro de los planteamientos fundacionales que acompañaron la vida y obra de Franz Boas, lo cual en más de una ocasión le trajo nefastas consecuencias[11], al defender que «…la variación de fenotipos dentro de una raza hace imposible hablar de razas inferiores y superiores» (Bohannan, P y Glazer M., 2003):

Temas tan importantes como su concepción antirracial y sus contribuciones sobre la diversidad cultural sitúan a Boas, se reitera, como un precursor en este campo. Mucho tiempo después la UNESCO (2001) se pronuncia al respecto:

La Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural se aprobó por unanimidad en una coyuntura muy singular: acababan de producirse los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001 y la 31ª reunión de la Conferencia General de la UNESCO constituía el primer gran encuentro de nivel ministerial después de aquel día aciago.

Ello brindó a los Estados la ocasión de reaûrmar su convicción de que el diálogo intercultural es el mejor garante de la paz, y de rechazar categóricamente la tesis que auguraba un choque ineluctable entre las culturas y civilizaciones.

---

[10] *El subrayado es del autor de este trabajo.*

[11] *Franz Boas estuvo interesado siempre en el estudio de los problemas raciales. Tanto es así, que en sus presupuestos antropológicos no reconocía la diferencia de razas y menos aún la existencia de razas superiores. A partir de la década del 30 del siglo XX, con el surgimiento del nazismo alemán y la propuesta hitleriana*

Un instrumento de esta envergadura es algo novedoso para la comunidad internacional.

En él se eleva la diversidad cultural a la categoría de «patrimonio común de la humanidad», «tan necesaria para el género humano como la diversidad biológica para los organismos vivos», y se erige su defensa en imperativo ético indisociable del respeto de la dignidad de la persona.

Estas aportaciones de la antropología le facilitan al promotor cultural su tarea porque, tal como se explica en párrafos anteriores, el promotor realiza intervenciones en la comunidad y las mismas deben estar sustentadas en criterios que estén validados como ciencia constituida para evitar errores que puedan tener consecuencias fatales para el sentido de pertenencia y la cultura popular tradicional de la localidad. El conocimiento, no sólo de la conceptualización de la cultura, sino de su evolución en el devenir del tiempo, es sumamente importante para el promotor cultural. Ello le permitirá adecuar y suscribirse a un criterio abarcador o selectivo, dado el caso que por necesidades del proyecto se determine trabajar con una noción estrecha, como la cultura artística y literaria, la cultura culinaria, o la cultura física, por ejemplo.

Aproximarse al método comparativo de Tylor y fundamentalmente a la crítica que Franz Boas hace al respecto, le permitirá al promotor aprehender que el reconocimiento de la diversidad cultural sustenta todo proceso de desarrollo local. Conocer los resultados alcanzados en otras comunidades y territorios es importante. Valorar los métodos empleados resulta de utilidad como referentes a considerar. Pero imitarlos, en detrimento de las costumbres y tradiciones inherentes de cada territorio, del perfil identitario que lo define, de la historia y necesidades que lo singularizan, constituye un error grave en el trabajo cultural masivo.

Aunque no se considere necesario abundar en detalles, baste significar el papel indispensable que desempeñan la investigación y sus herramientas (el trabajo de campo, por ejemplo) en los procesos de profundización de los contenidos y características que perfilan tanto la *creación*, como la *apreciación*, binomio que, como se ha reiterado a lo largo del presente trabajo, sustenta la promoción cultural en sus diferentes niveles. La siguiente cita de Pogolotti, G. (1984), aunque expresada hace algunos años, fundamenta fehacientemente ese criterio:

Le corresponde a la investigación científica estudiar –como lo hacemos- nuestras tradiciones, es decir, la herencia acumulada. Le corresponde, también, estudiar eso quizás más difícil aún: los nuevos valores, las nuevas tradiciones, las nuevas necesidades del presente. Un trabajo difícil, complejo, pero, desde luego, indispensable. Y que es la base inicial de toda labor real, profunda de promoción cultural.

La metodología de investigación, como asignatura, aborda la enseñanza de diferentes métodos y técnicas que facilitan el conocimiento de un objeto dado. La antropología puede ofrecer también al promotor cultural algunos conocimientos en esta rama, fundamentalmente sobre el trabajo de campo, que le permitan complementar las adquisiciones que incorpore desde otras ciencias y/o metodologías.

Los estudios antropológicos en el trabajo de campo se sustentan en los enfoques *emic y etic***.** El primero permite la indagación en el estudio de las culturas desde la perspectiva de los propios participantes – conocimiento que los integrantes de determinada cultura tienen de su entorno y los consideran importantes y apropiados;_y el segundo, -_desde la óptica de los observadores – a partir de conceptos propios, significaciones y representaciones de los especialistas que realizan el trabajo de campo, incluyendo sus saberes y especialización cultural.

Es conveniente recordar que, si bien es cierto, los primeros antropólogos de la segunda mitad del siglo XIX desconocieron el trabajo de campo, por lo cual fueron conocidos como «antropólogos de salón» o «antropólogos de gabinete»; muy tempranamente, a principios del S. XX la escuela o matriz conocida como relativismo cultural o particularismo histórico, fundada por Franz Boas y más adelante la escuela funcionalista que lideró Bronislaw Malinowski (1884-1942) – el mismo que prologó el *Contrapunteo Cubano del Tabaco y del Azúcar*, del sabio Fernando Ortiz – concedieron, cada uno desde miradas no exentas de imprecisiones, una importancia capital al trabajo de campo, incluyendo el dominio de la lengua de los sujetos y la convivencia con los mismos, para un mejor desempeño.

CONSIDERACIONES FINALES

· La antropología cultural es una ciencia relativamente joven, cuyo corpus teórico aborda y profundiza en la relación del hombre con su entorno cultural.

· Todas las escuelas o matrices antropológicas –desde la evolucionista hasta las más recientes, pasando por el particularismo histórico o relativismo cultural; el funcionalismo; el estructuralismo cultural; cultura y personalidad; el materialismo cultural y el neoevolucionismo; entre otras- le confieren significativa importancia al estudio de la cultura, a su evolución como concepto y a su adecuación a los diferentes momentos históricos.

· El promotor puede encontrar en la antropología cultural una fuente inagotable de saberes para dominar la teoría del desarrollo de la cultura, lo cual le permitiría realizar un trabajo más eficaz en su empeño por alcanzar resultados y transformaciones cualitativas en una comunidad.

· La antropología cultural le brinda también al promotor cultural importantes herramientas para el trabajo de campo: la observación directa, el registro de

los incidentes diarios, los enfoques emic y etic, así como reglas para la convivencia en las comunidades y el análisis de datos.

· El conocimiento de algunas limitaciones de determinadas escuelas antropológicas le facilitará al promotor no incurrir en errores y deficiencias ya conocidos por la praxis.

· Los análisis de Franz Boas sobre la diversidad y las diferencias culturales le permitirán al promotor establecer precisiones en cuanto al modelo y la asunción de influencias foráneas. Aceptar e incorporar aquellas que realmente fructifiquen y contribuyan a fortalecer la identidad cultural y la memoria histórica y desechar todas las que atenten y vayan en detrimento de la conformación idiosincrática de la localidad._Martí Pérez, J. (1891), Apóstol de la Independencia de Cuba, lo resumió magistralmente en muy temprana fecha: «Injértese en nuestras repúblicas el mundo, pero el tronco ha de ser el de nuestras repúblicas.»

BIBLIOGRAFÍA

Bohannan, P. y Glazer, M. (2003). *Antropología. Lecturas*. (2ª ed.) La Habana: Editorial Félix Varela.

Geertz, C. (1987). Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura. En Basail, A. y Álvarez, D. (Comps.) (2004). *Sociología de la Cultura*. (T. I, Primera parte). La Habana: Editorial Félix Varela.

Hernández, G. J. (2007). *Aproximación al perfil del promotor cultural.* Enviado el 23 de enero de 2009 a http://www.archivocubano.org/educa/promotor_cultural.html

Martí Pérez, J. (1891). Nuestra América. En Centro de Estudios Martianos (2001). *Obras completas* (T. 6, ed. digital) La Habana: Centro de Estudios Martianos.

Martínez Riu, A. et al. (1996). *Diccionario de Filosofía en CD -Rom*. (3ª ed.). Barcelona: Editorial Herder.

Pogolotti, G. (1984, marzo). Quitarnos la cultura es quitarnos el alma. *Revolución y Cultura.* 3, 12-14

UNESCO. (2001, noviembre 2). *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural*. Adoptada por la 31 Reunión de la Conferencia General de la UNESCO. París.

Las manifestaciones artísticas y su promoción

M Sc. Aida Martín Rodríguez

Referentes necesarios

Abordar el tema de la promoción de las diferentes manifestaciones artísticas en el contexto cultural cubano contemporáneo implica en primer lugar acercarnos a ciertas categorías que constituyen referentes imprescindibles para cualquier análisis.

Una manifestación puede decirse que es la expresión de pensamientos, sentimientos, opiniones o, en el caso que nos ocupa, se trata de las diferentes áreas de la creación en el campo del arte y la literatura. Se asocia a la idea de dar a conocer, de exponer pública y palpablemente, los resultados de la producción artística en toda su pluralidad, riqueza y complejidad de símbolos y significados.

La creación de productos culturales de diversa naturaleza y contenidos, instrumental para su realización y formas de elaboración disímiles, ha llevado a definir en el tiempo la existencia de las siguientes manifestaciones artísticas: artes plásticas, cine, música, literatura y teatro.

Éstas se integran en una noción más amplia, la de cultura, que asumimos como: «Conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ello engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.», concepto adoptado por consenso en la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales celebrada en México, 1982.

De modo tal que las manifestaciones mencionadas son parte esencial de la cultura y se hacen visibles de modo particular, estimulan nuestros sentidos provocando percepciones diversas, juicios múltiples y enriqueciendo significativamente el espíritu humano.

Para muchos, aún en tiempos actuales, se le adjudica a la cultura un campo de actuación y desarrollo solamente relativo a las artes y las letras, restringiéndola en tal dirección y colocándola en el espacio del ocio, el entretenimiento, el espectáculo y la diversión. De ahí la necesidad de puntualizar aquella noción abarcadora que además tiene que ver con etapas en la historia, posturas filosóficas y contextos sociales entre otros.

Tanto en el caso del que produce una obra artística propiamente dicha como en el del que la aprecia en calidad de destinatario, se puede afirmar que ambos participan de un proceso creativo, el que percibe y valora también en su interpretación personal se involucra en la obra y dialoga con el autor, teniendo lugar un modo peculiar de apropiarse de las esencias del producto artístico.

Igualmente resulta fundamental plantear que es el hombre receptor y heredero de todo el quehacer cultural universal y local, hacedor, transformador y creador de valores. El ser humano se encuentra justamente en el centro del desarrollo cultural. Es para su beneficio que se diseñan todas aquellas acciones que pueden contribuir con su progreso como ente sensible, capaz de procesar informaciones diversas y de crear productos innovadores de la realidad contextual y que representan avances valiosos en cada momento histórico.

La cultura nos acompaña en el transcurso de la vida y a la vez somos parte de ella, nos beneficiamos de sus resultados y también dejamos un legado como contribución desde las posibilidades individuales y grupales o desde un espacio mayor: la sociedad toda.

El accionar de la cultura tiene que ver por una parte con comportamientos humanos - desde una mirada antropológica- y con la construcción de conocimientos transdisciplinarios –relación interna entre varias disciplinas diferentes que da lugar a un nuevo conocimiento integrado- por otra.

Puede afirmarse que existe una diversidad de necesidades humanas, en ocasiones conocidas y en otros casos desconocidas para sus propios portadores, siendo precisamente un propósito medular de la promoción cultural el actuar sobre conjuntos humanos para hacerles conscientes sus procesos culturales: cómo relacionarse unos con otros, cómo expresar los sentimientos de diversa índole, cómo enfrentar el de cursar de la vida cotidiana, cómo aprender a apreciar los productos de la cultura en toda su riqueza y cómo crear algo diferente, entre otros.

Se hace imperioso partir en cada caso de las diferencias, de lo heterogéneo de los grupos y de los propios individuos que los conforman. Es ello precisamente lo que enriquece sustancialmente un contexto cultural y potencia de modo característico su desarrollo.

Conocer las necesidades es un proceso transdisciplinario y satisfacerlas también, aunque haya para ello que acceder a saberes específicos.

Todos constituimos combinaciones donde están presentes demandas más simples de orden biológico y otras que se asocian a motivaciones, intereses intelectuales, crecimiento en el sentido de conocimientos, desarrollo de la voluntad y de nuestros procesos afectivos. De ahí que coexistan esas necesidades comunes que pueden ser resueltas con cierta inmediatez en el tiempo y las de orden superior que suponen una estructura más compleja para su satisfacción.

Son estas últimas las que se vinculan con la formación y desarrollo de capacidades relativas a la creación en el arte y la literatura.

Otra categoría esencial es la de promoción cultural que según Deriche, Y. (2006) se define como: «Sistema de acciones dirigidas a establecer e impulsar la relación activa entre la población y la cultura para alcanzar niveles superiores en ambas. Incluye acciones de animación, programación, creación, extensión, investigación, comercialización, producción industrial de bienes culturales, conservación, rescate y revitalización de los valores culturales, la enseñanza y la capacitación». Se trata de un proceso comunicativo y de participación.

Promover un hecho cultural es darlo a conocer por diferentes vías con el propósito de provocar una respuesta, de activar todos los posibles mecanismos que propicien reacciones de acercamiento, disfrute, evaluación y aprendizaje en términos de públicos.

La comunicación resulta consubstancial en todo proceso promocional y marca de hecho el modo en que se dan las acciones mencionadas.

Comunicar es informar, transmitir emociones, establecer contacto, lograr transformaciones en el receptor, reflexionar, constituyéndose en eje transversal de la promoción cultural.

Por otra parte la participación se asume no solamente como opción, alternativa, acceso o presencia en calidad de asistentes/público de las manifestaciones artísticas, sino a su vez como posibilidad de la creación desde todos y por todos al favorecer con un mayor nivel de intervención y decisiones los hechos artísticos.

Toda acción de promoción implica el conocimiento profundo del lugar donde se pretende promover, indagar allí las necesidades conscientes o no para poder diseñar un programa de desarrollo en función de las características registradas.

Develar aspiraciones, diagnosticar una situación inicial para prever hacia donde encaminar los pasos, se presenta como punto inicial de una estrategia promocional, que atraviesa posteriormente por una etapa de planificación, ejecución y evaluación de los resultados.

Se trata de un proceso complejo dada la diversidad de objetos y sujetos comprometidos, tanto en todo el accionar que éste involucra, como en la infinidad de resultados a obtener.

La programación aparece también como otra significativa categoría en su estrecha relación con la promoción cultural y la Dirección de Programas Culturales del Mincult (2003) la define como: «Proceso de planificación, organización y control de un sistema de actividades que posibiliten la relación arte-público atendiendo a las necesidades, gustos, aspiraciones, demandas de la población y de los creadores, teniendo en cuenta la capacidad de gestión de las

instituciones, los espacios y recursos con que cuenta para el desarrollo de la vida cultural.»

El propósito cardinal de la red de instituciones de diverso alcance en el país, es brindar una amplia y diversificada programación cultural que resulte lo suficientemente atractiva para los diferentes segmentos de la población que pueden acercarse a cada opción propuesta. A partir de ahí, propender a lograr su fidelidad y de hecho colaborar en ese proceso a mediano y largo plazo, de formar nuevos públicos interesados en recepcionar propuestas de probada calidad.

La estabilidad en la programación constituye, sin lugar a dudas, un aspecto determinante a la hora de evaluar su posible repercusión en relación con los receptores. Ésta debe ajustarse a las necesidades de recreación de la población, pensadas a partir de las condiciones específicas de cada localidad para contribuir al mejor uso del tiempo libre y con una acentuada mirada en la formación, aprendizaje y disfrute de lo mejor de la producción nacional. Es esta la vía para lograr la aparición de hábitos que una vez formados se distingan como característicos en grupos e individuos.

Es indudable que la promoción cultural debe expresarse en una programación que represente una opción de acceso a lo mejor de la cultura nacional y universal, elevando los niveles de apreciación artística para formar receptores activos, reflexivos, críticos, capaces de defender desde esta posición nuestros más genuinos valores identitarios.

La promoción de las manifestaciones artísticas

Cada manifestación engloba un conjunto de alternativas como géneros, escuelas, tendencias que hacen de cada una de ellas, áreas de creación donde la pluralidad y complejidad distinguen peculiarmente los productos elaborados.

Tales resultados como fruto del talento, dominio de saberes, ejercicio de la práctica entre otros, provocan un conjunto de reacciones al socializarse en espacios diversos según los propios contenidos en tanto propuestas artísticas, los mensajes y vías empleados para darlos a conocer, la capacidad apreciativa de los receptores y las formas de encuentro entre obras y públicos.

Todo momento en el que se produce ese acercamiento entre la obra y el receptor –sobre el cual aquella puede producir o no cierto impacto-está marcado por las propias particularidades de la obra y por las características de quien aprecia: su historia personal, conocimientos y capacidades desarrolladas, experiencia, intereses, gustos, toda una integración de factores como contrapartida a la obra en sí.

Las propias diferencias entre las manifestaciones también inciden en la forma del impacto. Así encontramos por ejemplo, esa magia única e irrepetible que se da en puestas teatrales, espectáculos danzarios, conciertos, donde in-

térpretes y públicos se funden en un intercambio con durabilidad restringida según la propuesta en cuestión. Exigen en muchos casos condiciones mínimas para su realización, que de no existir impiden su puesta en marcha.

En el caso de las obras literarias y de la plástica pueden producirse sucesivos encuentros con el producto artístico que transitan por una dinámica diferente. Aunque en todos los casos se pueden producir lecturas diferentes, según coyunturas, espacios de socialización y por supuesto predisposición personal ante el hecho objeto de la promoción cultural.

En materia de promoción en tiempos contemporáneos, aparecen los medios masivos de comunicación como la vía por excelencia para divulgar, dar a conocer, informar y propiciar el interés y correspondiente acercamiento de la población a la producción artística y literaria.

Hoy por hoy la televisión, la radio, el cine y la prensa escrita se nos presentan como las más cotizadas alternativas para hacer llegar a la mayoría de las personas mensajes, informaciones, análisis críticos, imágenes, procesos polémicos para favorecer el conocimiento, estimular la apreciación e inducir a la participación.

Asimismo los avances tecnológicos contribuyen con fuerza en el mismo sentido y se añaden a los clásicos medios las páginas y sitios Web, la intranet y el correo electrónico por solo citar algunos ejemplos.

La televisión fundamentalmente legitima, da valor y constituye el medio por excelencia , el de máxima audiencia, por lo que artistas y creadores colocan entre sus principales aspiraciones el contar con un espacio allí, donde expresarse, mostrar el resultado de su obra y darse a conocer a lo largo del país.

Resulta incuestionable la valía de esta realidad, ya que existe un criterio generalizado de que lo que aparece en la televisión es valioso y asegura el reconocimiento al creador y su obra.

Es lo que sucede regularmente.

Un conjunto de momentos significativos encuentra eco y espacio de promoción en dichos medios, siendo los propios hechos de relevancia cultural en sí mismos acciones de valor promocional para el aprendizaje, el análisis y la comparecencia de públicos diversos.

Baste mencionar eventos tales como la Bienal de La Habana, Salón de Premiados, Salón de Arte Cubano Contemporáneo, Festival del Nuevo Cine Latinoamericano, Festival de Ballet, Feria Internacional del Libro, Cubadisco, Festival del Caribe en Santiago de Cuba, Romerías de Mayo y la Fiesta de la Cultura Iberoamericana en Holguín, Festival de Teatro de La Habana, Festivales de Jazz, FIART. A estos se añaden: Jornada Cucalambeana de Las Tunas, la Feria de Arte Popular en Ciego de Ávila, la Fiesta de la Cubanía en Bayamo, el Festival Wemilere en Guanabacoa, el Festival de Cine Pobre en Gibara, el

Festival de Música Popular Benny Moré en Cienfuegos, la Fiesta a la Guantanamera, el Festival de Teatro de Camagüey.

Todos éstos en su concepción, ubicación geográfica, organización, son fruto de una política cultural que desde su definición inicial y durante varias décadas ha enarbolado como aspecto medular en su implementación, el derecho de todos a los beneficios de la cultura, al acceso y la posibilidad de involucrarse como protagonistas del propio desarrollo en cada territorio del país.

Los spots televisivos, noticieros, afiches, carteleras, catálogos, programación de telecentros y emisoras radiales locales, así como la prensa escrita local, aparecen como opciones imprescindibles para dar a conocer el desarrollo de eventos, la labor en galerías de arte, museos, salas de teatro, cines, librerías y bibliotecas, plazas u otros espacios de socialización, que se utilizan de forma sistemática y/o en ocasión de la celebración de eventos o hechos de particular significación.

Del mismo modo valiosas publicaciones acerca del mundo del arte ven la luz periódicamente, convirtiéndose en magníficos soportes para entregar información actualizada sobre el quehacer nacional. Contamos por ejemplo con la revista Arte Cubano, Casa de las Américas , Revolución y Cultura, Catauro , Temas, Cine Cubano, Tablas, Revista de la Biblioteca Nacional, Clave y La Jiribilla.

Las revistas culturales que además se editan en las diferentes provincias, permiten contar en la actualidad con varias decenas de publicaciones impresas y un conjunto en soporte electrónico para proveer al público interesado de un cúmulo de artículos, reseñas, críticas, en cada uno de los ámbitos de la creación artística.

Resulta imprescindible la articulación de la gestión de las instituciones culturales con los medios, para permitir reflejar el quehacer cultural de modo coherente y jerarquizando a partir de la calidad de las disímiles opciones a programar.

Constituye una necesidad ponderar, definir cuáles son los mejores productos culturales, los que ameritan un espacio en los medios y en las instituciones, los que por su incuestionable calidad deben ser colocados al alcance de todos y que van a quedar reconocidos como parte de una faena laboriosa de sus autores.

La propia responsabilidad de la crítica – imprescindible aunque aún insuficiente- representa una de las vías para hacer llegar a la población en general y a públicos específicos, un conjunto de juicios especializados que aportan pautas necesarias y resultan puntos de inicio a la hora de hacer valoraciones personales, aprender, deleitarse y adscribirse a alguna manifestación que cultiva el interés personal.

La programación cultural diversa, intencionada, concebida para diferentes segmentos de población, derivada de los principios fundamentales de la política cultural cubana deviene aspecto lógico en correspondencia con la promoción cultural y el encargo social de las instituciones existentes y de cualquier otro escenario propicio para el accionar cultural.

Se constituye así la programación en expresión de la política y en plasmación de una sostenida labor de promoción cultural.

No obstante, las prácticas culturales actuales, las condiciones de cada localidad demandan un análisis contextual y preguntarse día a día cuáles pueden ser las alternativas promocionales en las instituciones ubicadas en cada territorio.

La red de instituciones culturales ubicada en los 169 municipios del país se caracteriza entre otros aspectos por la razón de ser de cada una, su alcance, la relación con los creadores y los públicos reales y posibles. Coexisten en muchos casos entidades nacionales con provinciales y municipales, de modo que se yuxtaponen propósitos en un mismo territorio. En otras localidades por el contrario, solamente se cuenta con las instituciones municipales como escenarios para el desarrollo de acciones artísticas que respondan a los gustos de los residentes en el lugar y que tienen que ver con las condiciones propias del entorno.

En estos casos sucede usualmente que el desarrollo cultural resulta del trabajo de los aficionados como sostenedores únicos del quehacer local y responsables máximos de las opciones culturales a programar.

La experiencia acumulada en el trabajo cultural da fe sobre opciones posibles, más allá de lo tradicional desde el punto de vista de la influencia de los medios y de las potenciales maneras de lograr un acercamiento mayor de la población al arte y la literatura.

Partiendo de la indagación sobre necesidades culturales territoriales, es preciso el desarrollo de un proceso reflexivo profundo que permita definir aquellos resortes que mejores resultados pueden asegurar.

Podemos pensar en las maneras de lograr acercamientos directos entre instituciones culturales, creadores y centros estudiantiles y laborales, en el más acertado aprovechamiento de medios televisivos, emisoras radiales y prensa plana local, en propiciar la presencia de creadores junto con la familia como significativas fuerzas capaces de impulsar la formación de un nuevo público que gradualmente se afilie a instituciones, agrupaciones culturales y en general a las diferentes propuestas de la programación cultural.

Los diferentes públicos pueden ir entrenándose en el tiempo y pasar de una simple curiosidad hasta la formación de motivaciones consistentes, hacia la complacencia de los aspectos de la realidad cultural.

En tal sentido no existe un modelo único aplicable en cualquier caso, cada contexto posee características propias: historia, tradiciones, figuras relevantes, motivaciones y gustos cultivados en el tiempo. De ahí hay que partir.

Otro aspecto sería la necesidad de trabajar con públicos reales y con los potenciales, y pasar de la concepción de público en general a la de público especializado. Es una tarea a largo plazo que requiere del concurso de especialistas, instituciones, creadores y promotores.

El creador no siempre trabaja para un público específico, está atento en todo caso al impacto de su obra, donde hay contemplación y reacción como sentimientos. Ahí está el creador a través de su obra.

Se produce regularmente una asociación entre creador y público, una implicación conjunta con incidencia en la dirección del uno y del otro.

Puede decirse que existen diferentes niveles en la formación de públicos –motivaciones, actitudes, hábitos estables- que demandan mancomunados esfuerzos entre creadores, instituciones y los propios destinatarios devenidos motores impulsores en función de tal faena.

El promotor por su parte – creador, especialista, crítico, investigador, docente, directivo- tiene como labor primordial su dedicación permanente a la adquisición de conocimientos en función de su responsabilidad , la búsqueda incesante de informaciones, la actualización en cuanto a tendencias universales y nacionales, la participación permanente en el acontecer cultural, el desarrollo de vínculos interinstitucionales, para cultivar esa sensibilidad que le caracteriza y lo coloca como ente dinamizador y transformador de realidades sociales.

Conocer profundamente la obra de los creadores, desde su propia concepción hasta los impactos en el público, descubrir y ejercitarse en el proceso mediático, reflexionar especialmente sobre todas las posibles vías a emplear para promover con ajuste a entornos y realidades sociales, colaborar en la conformación de una programación estable y de probada calidad artística, así como indagar sobre la trascendencia de los productos artísticos y coadyuvar a la formación de nuevos receptores, constituyen desafíos actuales para el promotor cultural.

Las alternativas promocionales pueden ser múltiples, los mensajes y medios empleados igualmente, la creatividad al diseñar y desplegar estrategias a favor de dar a conocer efectos de todo el ciclo de producción cultural admite asimismo una rica variedad de modelos.

La evaluación de lo realizado como punto de partida para una etapa posterior constituye una necesaria labor al promover manifestaciones artísticas. Se trata de un momento de aprendizaje y reflexión, de toma de decisiones y de diseño de nuevas maneras de hacer con la intención de dar a conocer y preservar lo más valioso de la producción del arte y la literatura cubanos contemporáneos.

Conclusiones

Existe una significativa relación entre categorías como cultura, promoción cultural, programación, que constituyen referentes imprescindibles al abordar el tema de la promoción de las manifestaciones artísticas.

Contar con alternativas artísticas de calidad que conformen una programación estable y variada capaz de satisfacer intereses y gustos disímiles, constituye un permanente reto del trabajo cultural y se corresponde con todas aquellas acciones que favorezcan un creciente acercamiento de la población al arte y la literatura.

La promoción de las diferentes manifestaciones, por su parte, se caracteriza por el empleo de una variedad de vías posibles para su realización, entre las que ocupa un lugar primordial el empleo de los medios masivos de comunicación, dada la marcada influencia que pueden tener en la generación de preferencias entre los públicos al conferírsele un criterio de valor a aquellas expresiones a las que se les otorga un espacio para su expresión y divulgación a través de la radio, el cine, la prensa escrita y muy en especial la televisión.

Sin embargo, es una demanda de los tiempos actuales evaluar todos aquellos otros posibles modos de hacer que a tenor con particularidades de contextos e instituciones, aseguren esa necesaria aproximación a favor de los públicos reales y potenciales, reflexionar desde situaciones en particular, articulando esfuerzos conjuntos entre todos los comprometidos con el noble propósito de propiciar el crecimiento espiritual de todos, el disfrute de lo mejor de la producción artística nacional e internacional.

Bibliografía

Almazán del Odio, S. y P. Torres Moré (2007). *Panorama de la Cultura Cubana. Antología.* La Habana: Editorial Félix Varela.

Cáceres, J. (s.f.) *Análisis de eventos de la UNESCO.* (fotocopia)

Centro Nacional de Superación para la Cultura. (2006). *Selección de lecturas sobre Promoción Cultural*. La Habana: Editorial Adagio.

Dirección de Programas Culturales (2003) *Memorias del taller sobre programación cultural.* Documento no publicado.

González, R. (Director) (2002-2005) *Punto de Partida* (programa televisivo). La Habana: Canal Educativo.

Tejeda del Prado, L. (2001) *Ser y vivir.* La Habana: Editorial Pueblo y Educación.

La Formación de Promotores Culturales: Experiencia en Cuba y Venezuela

M Sc. Gabriel Enrique Gutiérrez Menéndez
M Sc. Yamile Deriche Redondo
M Sc. Julia Carriera Martínez
M Sc. Aida Martin Rodríguez
M Sc. Guillermo Julián Hernández

La formación de Promotores culturales, como agentes dinamizadores de las estrategias de desarrollo local desde la impronta que marcan los procesos socioculturales, constituye el núcleo de las experiencias protagonizadas por el sistema de Centros de Superación para la Cultura entre los años 2005 y 2008, tomando como escenarios la casi totalidad de los municipios cubanos y la República Bolivariana de Venezuela, en virtud de la voluntad política de ambos gobiernos, hermanados por ideales de emancipación, equidad y justicia social.

La definición del perfil del Promotor Cultural, constituyó el punto de partida para el diseño y puesta en marcha de los diferentes proyectos de formación que en el marco de los programas de la Batalla de ideas y el Convenio Intergubernamental Cuba - Venezuela se han desarrollado, lo que facilitó la identificación y reconocimiento de las competencias necesarias, en función de su papel en las estrategias de desarrollo cultural planteadas y el encargo social asignado en las condiciones concretas de cada uno de los países y escenarios de actuación.

Por tal motivo resultó imprescindible la realización de diagnósticos que permitieran un acercamiento a la realidad que debería enfrentar el Promotor y en correspondencia asumir el diseño de su preparación, teniendo en cuenta la pertinencia de:

- Determinar las necesidades de aprendizaje en correspondencia con las necesidades sociales, para el perfeccionamiento de sus desempeños y la elevación del nivel cultural y educacional de cada uno.
- Indagar sobre las prácticas cotidianas en los diferentes escenarios de actuación y los niveles de competencias alcanzados para tales funciones.
- Identificar los niveles y las especialidades profesionales desde las cuales los promotores culturales desarrollan su actuación social.
- Revisar los planes de estudio de las acciones de capacitación en las que hubieran participado y las áreas de contenidos a considerar en las diferentes propuestas formativas.

- Explorar la percepción social en relación con el deber ser del Promotor Cultural en su labor cotidiana.
- Realizar estudios comparados de otras prácticas académicas y formativas, en el continente y otras regiones destinadas a la preparación de actores para el desarrollo social.
- Identificar el potencial institucional a integrar en los procesos de formación.
- Determinar las necesidades materiales, económicas, financieras y humanas necesarias para poder cumplir las acciones previstas en cada caso.
- Evaluar las condicionantes capaces de favorecer procesos de formación.

El diagnóstico de la realidad en la que se desarrolla la labor de los promotores culturales y las exigencias derivadas de sus funciones hizo posible la evaluación de la brecha existente entre el «deber ser», reconocible en el perfil profesional y las demandas emergentes de las dinámicas sociales, matizadas por las particularidades de los contextos en Cuba y la República Bolivariana de Venezuela, focalizados en los escenarios concretos de actuación, por lo que resultó de gran importancia la gestión de equipos multidisciplinarios en la determinación de contenidos, habilidades, modalidades organizativas, composición de los colectivos docentes, instituciones a convocar para la participación, diseño de las actividades prácticas asociadas a los programas, alternativas para la evaluación de los procesos y su resultados y la identificación de los ejes transversales de las experiencias formativas, adecuadas respectivamente a las especificidades de cada circunstancia.

¿QUÉ PROMOTOR CULTURAL NECESITAMOS?

Los procesos socioculturales que se desencadenan en diferentes escenarios requieren la conformación de un perfil adecuado de la figura del Promotor Cultural, que esté en consonancia con la noción de cultura - en su sentido antropológico -, el modelo de desarrollo social y los presupuestos de la política cultural, que se derivan precisamente de este modelo.

En el caso cubano, se pueden hacer aproximaciones a la figura del Promotor Cultural con relativa facilidad, gracias a que el modelo de desarrollo social está suficientemente fundamentado en los documentos rectores del país y el trazado de los principales lineamientos de la política cultural fue establecido en la reunión conocida como «Palabras a los Intelectuales»[1], en los inicios de la Revolución.

---

[1] *Castro Ruz, Fidel. «Palabras a los intelectuales». Resumen de la reunión efectuada los días 16, 23 y 30 de junio de 1961 en la Biblioteca Nacional «José Martí». Casa Editora Abril, La Habana, 2da. Edición, 2005. pp. 9-40*

A partir de ese momento, la política cultural cubana se ha ido adecuando y reactualizando dialécticamente, en consonancia con los diferentes procesos políticos, económicos y sociales que se han producido en el contexto nacional e internacional.

La promoción cultural, en tanto sistema de acciones que facilita una relación activa entre la población y la cultura, y cuya esencia responde a la política cultural cubana, resulta un instrumento eficaz que, conjuntamente con otras metodologías de intervención sociocultural, contribuye a la solución de necesidades y demandas de la población en un territorio dado.

Para el alcance de lo anterior resulta necesaria la construcción y aplicación paulatina de un modelo de desarrollo cultural que privilegie el papel de la autogestión, la participación ciudadana y el sistema de instituciones del territorio.

Sobre esa base, se hacen aproximaciones al perfil de la figura del Promotor Cultural, para el cual se proponen a continuación las siguientes características, funciones y deberes:

Lo primero que se debe destacar en ese perfil es la capacidad del Promotor Cultural para relacionarse y establecer un sistema de redes con todos los factores del territorio, evitando actuar de forma aislada y más bien propiciando la interacción con el resto de los agentes sociales que, de una forma u otra, inciden en la comunidad: instructores de arte, gestores culturales, instancias del gobierno, instituciones culturales, educacionales y otras organizaciones sociales, políticas y de masas, así como el potencial cultural del territorio, con especial énfasis en el movimiento de artistas aficionados y el sector profesional. Esto le facilitará organizar y desplegar la participación de la población en su propio desarrollo cultural.

La promoción cultural deviene expresión práctica de los aspectos de la política cultural cubana que le competen, en los diferentes contextos en que se desarrolla, tal como se expresa en párrafos anteriores. En tal sentido, el Promotor Cultural, como conocedor de los aspectos esenciales de esta política, vela por su cumplimiento y participa en su aplicación adecuada.

La labor del Promotor Cultural se desarrolla en diferentes escenarios. En primer lugar, la escuela constituye un espacio muy rico para suscitar determinadas inquietudes culturales, las cuales se irán adecuando y complejizando en dependencia de los niveles de escolaridad y los diferentes grupos etáreos. Sin embargo, esta labor no se limita solamente a las instituciones educacionales; los distintos espacios y segmentos comunitarios – cuadra, barrios, zonas, pequeñas comunidades, etc. - se convierten de hecho en un excelente escenario para que el Promotor Cultural despliegue su labor, incluso de extensión cultural.

La promoción de procesos de la apreciación artística que el promotor realiza conjuntamente con el instructor de arte u otros creadores del territorio, cons-

tituye una hermosa tarea educativa que tiene como fin contribuir a la formación estética de niños y jóvenes, fundamentalmente.

No obstante, el cumplimiento de sus funciones y deberes sería imposible sin el conocimiento, cada vez más profundo, de la metodología de investigación sociocultural y su aplicación como herramienta indispensable para la elaboración, propuesta y ejecución de proyectos, que respondan de manera total o parcial a las tradiciones y necesidades de la comunidad.

El Promotor Cultural se caracteriza, no sólo por ser un facilitador de la vida cultural de los territorios, sino por ser un agente de cambio, que propicia y dinamiza las potencialidades de los centros escolares y comunidades, fortaleciendo de este modo el sentido de pertenencia, la identidad local y nacional.

La asunción plena de que la cultura no se impone constituye una divisa inexcusable para todos los que de alguna manera participan en los procesos de intervención comunitaria. Por tal razón, el Promotor debe ser respetuoso y democrático con los demás, tratando de proponer y sugerir, más que imponer; de modo que los procesos culturales se vayan gestando desde el convencimiento, necesidad, participación y sentido de pertenencia de las personas, propiciando que estos cumplan – en mayor o menor medida - el conocido requisito de excelencia que reza: la cultura se gestiona y promueve desde la comunidad, con la comunidad y para la comunidad.

Sería absurdo plantear que los Promotores Culturales asuman formas homogéneas en el desempeño de su quehacer cultural. Las diversas maneras de acometer el trabajo están indisolublemente ligadas a los también diferentes escenarios en que desarrolla su labor. Por ejemplo, habría que distinguir entre promotores culturales de zonas urbanas, rurales y de difícil acceso. En las rurales y de difícil acceso la incidencia de las instituciones culturales se dificulta y las proyecciones de trabajo deben ajustarse a las características particulares del entorno. Justamente en estos contextos el Promotor Cultural puede también desdoblarse, potenciar el sistema de relaciones y redes, y optimizar los recursos técnicos que disponga, con el propósito de alcanzar altos niveles de participación y autogestión cultural. Indudablemente, en las zonas intrincadas y de difícil acceso, en las que apenas existen instituciones y la tarea de extensión cultural se hace muy difícil, el papel del Promotor Cultural, junto a otros agentes sociales, como el maestro y el médico de la familia, entre otros, adquiere una importancia superior desde el punto de vista cualitativo y su influencia puede repercutir notablemente en el desarrollo de la vida cultural y educativa.

Una de las principales responsabilidades del Promotor Cultural es la atención a la cultura popular tradicional y al patrimonio material e inmaterial, aunque haciendo énfasis en éste último; velando con particular interés por la conservación y desarrollo de los grupos portadores de esta importante expresión cultural.

Lograr que la población participe en los proyectos y programas culturales del territorio, asumiendo la participación, el protagonismo y la creatividad como algo propio constituye la regla de oro del Promotor Cultural. Para el cumplimiento de este objetivo se hace preciso perfeccionar la integración del trabajo entre especialistas e instituciones de diverso perfil, utilizando proyecciones transdisciplinarias que permitan asumir la labor cultural de forma holística, más que disciplinar.

Se dice comúnmente que la programación de actividades culturales es el rostro de la institución, grupo o proyecto cultural. En la medida en que la programación satisfaga con la calidad requerida los gustos y necesidades de la comunidad se contribuirá a los procesos de cambios cualitativos que los proyectos culturales se plantean. La labor del Promotor puede ser de gran utilidad en el campo de la programación cultural. En primer lugar por el conocimiento que tiene de las particularidades del territorio; y en segundo lugar, por el sistema de relaciones que establece con el potencial cultural del área, incluyendo instituciones, personalidades y creadores, lo cual puede facilitar la calidad, balance y sistematicidad de la programación cultural.

Los rasgos de liderazgo y de buen comunicador, así como una actitud ejemplar ante las tareas y la solución de problemas son constantes en el perfil del Promotor Cultural; lo que le permitirá reconocimiento social y poder de convocatoria.

Conviene señalar dos aspectos de suma importancia en la vida activa del Promotor Cultural: la superación y la evaluación. Ambas constituyen ejes transversales que surcan el perfil del Promotor Cultural.

La construcción de conocimientos y el aprendizaje deben ser una actitud ante la vida. Un Promotor Cultural que asuma su encargo social con seriedad no podría acometer su trabajo con la calidad mínima que requieren estos tiempos si no actualiza constantemente sus saberes generales y en particular profesionales. Las ciencias han avanzado notablemente en los últimos cincuenta años, a partir de la informática y la computación, por señalar solo dos ejemplos, y los modelos de «ensayo – error», en el terreno sociocultural, van cediendo paulatinamente ante el impresionante impulso de las ciencias sociales. Además, no sería ocioso recordar que los errores en cultura, educación u otras esferas del campo social, aunque sean erradicados en determinado momento, mantienen su repercusión negativa en sucesivas generaciones.

De igual modo, los conocimientos sobre diferentes técnicas de evaluación sociocultural le permitirán comprobar periódicamente los resultados alcanzados, así como sistematizar y reorientar los proyectos hacia nuevos objetivos.

La aproximación al perfil del Promotor Cultural se puede resumir en los siguientes criterios:

- Capacidad para relacionarse y establecer un sistema de redes con todos

los factores del territorio.

- Desarrollar la labor, tanto en el ámbito de la escuela, las instituciones culturales, como en la comunidad.
- Incentivar la promoción artística, conjuntamente con el instructor de arte, los artistas y creadores del territorio.
- Tener conocimiento de la metodología de investigación cultural, en tanto herramienta indispensable para insertarse con conocimiento en la dinámica de los procesos culturales y el desarrollo de las habilidades necesarias para su aplicación.
- Facilitar la vida cultural del ámbito y/o territorio en que se desempeña a partir de sus funciones como agente de cambio.
- Tener conciencia plena de que la cultura no se impone, antes al contrario se gestiona y promueve.
- Asumir las más diversas formas y maneras de proceder con la promoción cultural, en correspondencia con las características geográficas del entorno en que se desenvuelve.
- Brindar especial atención a la cultura popular tradicional y al patrimonio cultural, haciendo énfasis en el llamado patrimonio inmaterial.
- Organizar satisfactoriamente los procesos de incorporación de la población en los proyectos y programas culturales, de manera que la participación, el protagonismo y la creatividad alcancen niveles sobresalientes.
- Incorporar activamente sus conocimientos y experiencia al diseño de la programación cultural del territorio.
- Ejercer el liderazgo debido desde el plano cultural en los ámbitos en que se desarrolla, a partir del prestigio y reconocimiento alcanzado.
- Asumir la superación general y profesional, como una de las vías principales para cualificar la labor de promoción cultural.
- Evaluar periódicamente el trabajo realizado con espíritu crítico y objetivo.

El proceso de formación, capacitación y desarrollo de estos agentes de cambio en el contexto cubano formó parte de los programas de la Batalla de Ideas que intencionó la preparación cultural de diferentes actores sociales con incidencia en los escenarios comunitarios mediante acciones que exigen la integración, coordinación y participación de saberes, individuos, colectivos e instituciones, en aras de la transformación de la realidad en la cual actúan.

Las acciones docentes diseñadas y ejecutadas estuvieron en correspondencia con las necesidades de aprendizajes diagnosticadas, las características de los territorios, las exigencias planteadas al trabajo de los Promotores por la dirección del país, las exigencias para la formación de competencias como

también las solicitudes planteadas por las instituciones nacionales, consejos, centros e institutos con los que se mantienen vínculos sistemáticos en función de la capacitación de directivos, especialistas, docentes, investigadores y el resto de los trabajadores de cada entidad. Estos mismos elementos son considerados al momento de determinar las diferentes modalidades a asumir y las áreas de contenidos a considerar.

La concepción, coordinación y desarrollo del Curso de Técnico Medio en Promoción Cultural constituyó una opción llevada a vías de hecho en los 169 municipios del país y donde más de 5000 jóvenes culminaron su formación con vistas a asumir un rol de particular significación, en sus territorios de procedencia, como facilitadores para lograr el mejor acercamiento entre la población y la cultura, entre los resultados de la creación artística en todas sus manifestaciones y los receptores, entre el arte y todos los que de una manera u otra se constituyen en beneficiarios directos de tan peculiar forma de producción humana. La dimensión de país con la singularidad territorial, el empleo del talento de cada uno de las provincias y regiones, las formas dinámicas participativas con la que se desarrollaron cada uno de los cursos y talleres diseñados en esta modalidad , como la socialización de saberes y experiencias, constituyen un rasgo distintivo de su implementación.

Otras modalidades (Cursos, talleres, cursos y entrenamientos de postgado) también se han desarrollado a lo largo del país en procesos de capacitación liderados por la red de centros de sPromotor culturaluperación existentes en cada una de las provincias del país, donde se han abordado los contenidos referidos a la Promoción Cultural y la Promoción Artística en estrecha relación con otras áreas de contenido tan importantes para los promotores entre las que se destacan: Programación Cultural, Gestión de Proyectos socioculturales, Comunicación etc, respondiendo a las necesidades existentes en las áreas que atienden los procesos promocionales en aras de incentivar la participación ciudadana y formar públicos interesados en la diversidad de opciones que regularmente se presentan como parte de la programación cultural del país. Se destacan los talleres de Promoción Artística (en coordinación con la UNEAC, una primera edición, y la segunda en el Centro Nacional de Superación para la Cultura) que lograron convocar un numeroso público interesado y que contaron con la participación, en calidad de panelistas, de reconocidos especialistas, críticos de arte, periodistas etc.

Una oportunidad de trascendental importancia lo ha constituido la apertura del programa televisivo ¨Punto de Partida¨ ,de la Televisión Educativa, en septiembre del 2002, que bajo la asesoría del Centro Nacional de Superación para la Cultura se concibió para facilitar a los promotores culturales de todo el país, la aproximación a un conjunto de conocimientos imprescindibles para su formación y funcionamiento y la transmisión de valiosas experiencias por parte de gestores, promotores, directivos, investigadores, artistas y creadores vincula-

dos a los diferentes procesos de la vida cultural del país.

La definición de sus contenidos temáticos, vinculados con los diferentes aspectos del desarrollo cultural del país y los escenarios donde estos se desarrollan, ha sido uno de los pilares que han asegurado los niveles de audiencia en los públicos a los cuales se ha dirigido, constituyendo un apreciable material de consulta, atesorado por el Centro de Documentación. Se destacan entre estos contenidos temáticos desarrollados:

Promoción.

Identidad

Comunicación Social

Gestión Institucional.

Antropología Cultural.

Psicología

Actores sociales del desarrollo.

Personalidades de la Cultura Cubana

Instituciones Culturales.

Al reconocer los esfuerzos por potenciar el estudio de la Promoción cultural se ha logrado incluir sus contenidos en dos carreras universitarias (Licenciatura en Estudios Socioculturales y Licenciatura en Educación. Instructor de Arte) actualmente en revisión de sus programas y labora en el diseño de la Maestría en Desarrollo Cultural auspiciada por el Instituto Superior de Arte, que incluye a la promoción cultural como disciplina presente en las diferentes menciones previstas.

El trabajo realizado por las instituciones del Sistema de Superación de la Cultura, en todo el país, para la formación de miles de técnicos en Promoción cultural hizo factible que el Centro Nacional de Superación para la Cultura estuviera en condiciones de elaborar una respuesta a la indicación de la alta dirección del Ministerio de Cultura derivada de la convocatoria lanzada por el Gobierno Revolucionario del Estado Anzoátegui, de la República Bolivariana de Venezuela, para colaborar con ellos en la preparación de diferentes actores sociales, a favor del desarrollo cultural del territorio.

La elevada sensibilidad, el humanismo y la vocación de servicio social del Gobernador del Estado Anzoátegui, junto a las potencialidades formativas de las instituciones culturales estadales y al compromiso político y la disposición hacia la superación de directivos, especialistas, funcionarios de la Dirección de Cultura, actores del desarrollo sociocultural y líderes comunitarios, hicieron posible la construcción conjunta, entre cubanos y venezolanos, de un proyecto estratégico para la potenciación de las fortalezas a favor del diseño de los procesos de formación de Promotores Culturales en el territorio.

De esta manera, en el segundo trimestre del año 2005, se desarrolló el curso de «Formación de Formadores de Promotores culturales», que tuvo como escenario los ambientes de la Fundación del Niño en la localidad Lecherías, de la capital del estado, y acogió en sus acciones docentes a un numeroso grupo de personas sensibilizadas y comprometidas con el trabajo cultural, a partir de su vocación artística, su preparación previa a diferentes niveles como creadores y cultores en las manifestaciones del arte o desde el auténtico e imprescindible vínculo con el trabajo sociocultural comunitario, en sus diversos contextos de realización.

La labor conjunta de docentes cubanos y venezolanos, cuyo reconocimiento y articulación se produjo en la dinámica misma del proceso formativo, propició la coordinación de jornadas de intensa labor de intercambio de saberes y experiencias, en las que los resultados de las prácticas de formación de Promotores Culturales en la isla se pusieron a la disposición de los involucrados en esta nueva circunstancia y fueron trabajadas para su reconstrucción y actualización, de manera que conocimientos y habilidades se resignificaron como competencias que hicieron posible la definición del perfil del Promotor Cultural que necesitaba el estado, para hacer cierta la consigna principal de su gobierno revolucionario: «Anzoátegui es Cultura». En este perfil quedaron incluidas las competencias para el desarrollo de procesos de dinamización sociocultural, presentes en el perfil de nuestro promotor y se incorporaron las competencias derivadas de su actuación desde y para las diferentes especialidades artísticas y la coordinación de procesos culturales. Esto constituyó un reajuste necesario y pertinente en el perfil del promotor a formar.

Un elemento distintivo de esta etapa de «Formación de formadores», orientada esencialmente a la preparación de futuros multiplicadores de contenidos y métodos para la gestación de Promotores Culturales, fue la labor intencionada de educación en valores, como premisas para el trabajo cultural desde y para el desarrollo comunitario, en función de los programas concebidos por el Gobierno Bolivariano.

El producto principal de este proceso formativo fue la graduación de 160 formadores de promotores culturales, en acto celebrado ante la presencia del Gobernador del estado y el Ministro de Cultura en aquel momento, donde la gestión de los docentes cubanos alcanzó un alto reconocimiento.

Como lógica y necesaria continuidad en el cumplimiento de los compromisos de partida, el 20 de octubre de 2005 fue inaugurada por el Gobernador del estado, artífice y celoso seguidor de toda la experiencia, la Escuela de Promotores Culturales «Alfredo Almeida», cuyo nombre evoca la figura de un importante cultor de variadas manifestaciones del arte popular y tradicional venezolano, oriundo de la región y portador de altos reconocimientos por su labor de Promotor de la Cultura.

La presencia de profesores cubanos provenientes de los Centros de Supe-

ración, del Consejo Nacional de Casas de Cultura y de la Enseñanza Artística ha caracterizado la labor conjunta que se ha desarrollado en los tres años de trabajo de la Escuela de Promotores de Anzoátegui, única de su tipo en toda la República Bolivariana.

El programa de formación se orientó hacia cinco especialidades, devenidas desde la perspectiva académica en áreas de concentración, en las cuales se reconocieron y reconocen los participantes a partir de sus fortalezas previas. Ellas son: teatro, danza, música, artes visuales, literatura y coordinación de procesos culturales.

El diseño curricular del programa de formación puso atención en las habilidades específicas de las áreas artísticas asumidas y en disciplinas humanísticas, dirigidas a la preparación general necesaria para la participación en las dinámicas socioculturales comunitarias. En este sentido ha estado presente el estudio de la Antropología cultural, la Psicología social y del desarrollo, la Metodología para la Investigación sociocultural, la Promoción cultural, la Gestión cultural, la Gestión de proyectos socioculturales y la Pedagogía, considerando el enfoque educativo concebido para la participación en los procesos culturales.

De importancia cardinal se consideró, desde el inicio mismo de la actividad de la escuela, la vinculación con las instituciones culturales estadales, teniendo en cuenta las potencialidades formativas de las mismas, dada la experiencia en el trabajo cultural de sus directivos y especialistas, muchos de los cuales colaboraron como docentes o matricularon como participantes.

Constituyó prioridad estratégica en el diseño curricular y en el desarrollo de los procesos formativos durante los primeros tres años de funcionamiento de la Escuela, potenciar la integración de sus participantes en la gestación y desarrollo de proyectos socioculturales comunitarios, desde los presupuestos del desarrollo endógeno como eje transversal del programa del Gobierno Bolivariano.

Las experiencias de aplicación de los conocimientos construidos en los ambientes académicos a la búsqueda de soluciones a las necesidades reales diagnosticadas en las vivencias comunitarias, con la total participación de los actores que protagonizan sus dinámicas, ha constituido un importante elemento de enriquecimiento al interior del proceso de formación, que lo ha cualificado, y del que ha dependido incluso el criterio de evaluación que como cierre de su preparación ha correspondido a los egresados.

La formación de grupos gestores de proyectos socioculturales comunitarios, para la promoción de estrategias de desarrollo endógeno, desde la potenciación de los procesos culturales, con participantes pertenecientes a las diversas áreas de concentración, resultó una experiencia cuyos valores agregados desbordaron todas las expectativas y el reconocimiento alcanzado en los escenarios en que realizaron su labor ha sido expresado ante las autoridades gubernamentales, que aprecian y revalorizan el papel de la Escuela en la

dinamización del desarrollo cultural del estado.

La Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, prestigiosa institución académica del país, asumió la acreditación del proceso educativo desarrollado en la Escuela y el 14 de junio de 2008, como cierre del primer ciclo formativo, otorgó el título de Técnico Superior Universitario a los primeros 90 promotores culturales graduados en todo el país, en acto que reunió a los viceministros de Cultura de Cuba y Venezuela, a las autoridades universitarias y al Gobernador del estado, padrino de la promoción.

En los discursos pronunciados durante el evento, fueron expresados los reconocimientos emergentes de la experiencia inédita vivenciada durante la etapa y quedaron declaradas las nuevas metas derivadas de estos resultados, en términos de extensión de la experiencia a otros núcleos universitarios y otros estados, así como la necesidad de diseñar la continuación de estudios de nivel superior para los graduados, atendiendo a sus particulares necesidades de complementación académica.

El sentido de pertenencia a la Escuela y el celo con que los egresados han mantenido su vinculación a las dinámicas socioculturales que desde ella se generan, los ha convertido en verdaderos paradigmas para los continuantes, que se esfuerzan por alcanzar el más alto nivel de preparación para desde su desempeño profesional prestigiar a la institución donde fueron formados para ser protagonistas del desarrollo cultural del estado Anzoátegui.

Como consecuencia de todo el trabajo anterior una segunda oportunidad fue presentada ante el Centro Nacional de Superación por el Ministerio de Cultura, al confiarle la coordinación del Diplomado «Educación Popular y Desarrollo cultural», para ser ejecutado de conjunto con la Fundación Misión Cultura, del Ministerio del Poder Popular para la Cultura, de la República Bolivariana de Venezuela, con la participación de especialistas del Centro Memorial Martin Luther King Jr.

Los beneficiarios de este proceso de superación profesional de postgrado fueron identificados en una figura de alcance estratégico en la trama estructural de la Misión, los «facilitadores», encargados de atender los procesos formativos en el nivel universitario de los «activadores», actores con probado protagonismo en las dinámicas sociales comunitarias. Se trataba así de una nueva ocasión para la formación de formadores.

Luego de un intenso trabajo de diseño del programa general del diplomado, en función de las experiencias cubanas y las necesidades particulares diagnosticadas en tres años de trabajo de los facilitadores en la preparación de los activadores del trabajo sociocultural comunitario en Venezuela, y después de una compleja labor de articulación de los docentes, cubanos y venezolanos, se iniciaron las actividades del diplomado en enero de 2008, utilizando cuatro sedes ubicadas en los estados Zulia, Yaracuy, Anzoátegui y el Distrito Capital, a

donde fueron convocados los seleccionados, la tercera parte del total de los facilitadores, provenientes de todo el país y agrupados por regiones.

La heterogeneidad de la composición de los participantes, todos graduados universitarios, pero legítimos exponentes de la diversidad cultural que exhibe una nación multiétnica como Venezuela, imprimió a los grupos regionales una riqueza no estimada previamente, y provocó la potenciación de los recursos pedagógicos de los docentes, que debieron asumir su labor desde la perspectiva andragógica, para satisfacer las exigentes demandas de un público conocedor de sus fortalezas y altamente comprometido con el proceso político de transformación social que protagoniza.

Así las cosas, el programa de aprendizaje incluyó el análisis de los fundamentos de la Revolución Bolivariana, como espacio para el debate de las circunstancias históricas, económicas, políticas y sociales que provocaron la emergencia del proceso que construyen, teniendo en cuenta los sucesos que matizan las dinámicas de transformación, prácticamente en los momentos en que estos ocurren. Desde este reconocimiento del contexto fueron sometidos al análisis los temas Andragogía y aprendizaje creativo, Cultura y Desarrollo, Concepción y metodología de la Educación Popular, Psicología de la liberación, Procesos grupales y coordinación, Promoción, animación y facilitación sociocultural, Metodología de la Investigación, Gestión de proyectos para el desarrollo sociocultural y Seminario de integración, enfocado este último al tratamiento de la sistematización de la experiencia como recurso metodológico para el trabajo sociocultural.

Todo este proceso formativo, que se extendió a once meses, culminó con la presentación de propuestas metodológicas para la transformación de las realidades del trabajo sociocultural comunitario, en talleres de evaluación que constituyeron nuevas oportunidades para el aprendizaje de los modos de aplicación de los contenidos trabajados a la solución de problemas concretos, identificados en la labor de formación y gestión cultural.

La gama de circunstancias debatidas y la riqueza de alternativas reconocidas para el perfeccionamiento de la labor de la Fundación Misión Cultura, dejaron a sus directivos ante un grupo de propuestas que dan continuidad a sus presupuestos y abren opciones para el mejoramiento continuo de su trabajo, a partir del reconocimiento de las competencias de sus integrantes para potenciar sus fortalezas, como potentes recursos orientados al desarrollo sociocultural que necesita el país.

Los primeros 96 egresados del Diplomado «Educación Popular y Desarrollo cultural» conforman ya una nueva fuerza calificada dentro del ejército de actores del trabajo sociocultural comunitario que agrupa la Fundación Misión Cultura, que reconoce altamente la labor realizada por los docentes de las instituciones cubanas participantes, bajo la coordinación del Centro Nacional de Superación para la Cultura y ha expresado su intención de estrechar la articulación

mediante los nuevos proyectos de formación que se desarrollarán en el año 2009.

A modo de conclusión se destaca:

- La integración de equipos multidisciplinarios para el diseño, organización, ejecución control y evaluación de cada una de las propuestas formativas, en sus mas diversas modalidades.
- Las novedosas técnicas y metodologías empleadas para el desarrollo de los procesos formativos, en estrecha relación con los escenarios de actuación de los promotores, y la participación en estas destacadas figuras de la vida cultural, académica y social.
- El diseño, ejecución, evaluación de acciones vinculadas a otras funciones sustantivas de vital importancia para la formación de los promotores como es la extensión cultural y la investigación, adecuadas en cada caso a las exigencias y objetivos de cada proyecto.
- La vinculación de destacadas instituciones culturales y de la vanguardia artística a los proyectos formativos desarrollados
- La preparación de facilitadores y multiplicadores para el desarrollo de procesos formativos en las comunidades
- El reconocimiento social y político de la labor realizada en la formación de los promotores culturales

Tomado de:

http://www.municipalidadycultura.es/opinion/articulos/485-formacion-promotores-cuba-y-venezuela.html

BIBLIOGRAFÍA

Ander Egg, Ezequiel. (1985) «Metodología y Práctica del Desarrollo de la Comunidad», 10ª. Edición corregida y aumentada. Edit. «El Ateneo» S.A. de C.V. México.

Castro Ruz, Fidel. (2005) «Palabras a los intelectuales». Resumen de la reunión efectuada los días 16, 23 y 30 de junio de 1961 en la Biblioteca Nacional «José Martí». Casa Editora Abril, La Habana, 2da. Edición, pp. 9-40.

CIDCC «Juan Marinello» y colectivo de autores. (S/F) «Atlas Etnográfico de Cuba. Multimedia. Versión Digital.

Córdova Llorca, María D. (2006). «Investigación Acción una alternativa para el trabajo cultural comunitario.» En Selección de Lecturas sobre Promoción Cultural. Ediciones Adagio. La Habana.

Deriche Redondo, Yamile (2006) «Si de Promoción Cultural se trata» En Selección de Lecturas sobre Promoción Cultural. Ediciones Adagio. La Habana.

Guanche, Jesús y Mejuto Margarita (Compilación) (2007) «La cultura popular tradicional. Conceptos y términos básicos.» Ediciones Adagio. La Habana.

Hernández Rodríguez, Guillermo (2006) «Reflexión en torno al desarrollo cultural y desarrollo humano». En Selección de Lecturas sobre Promoción Cultural. Ediciones Adagio. La Habana.

Martín Rodríguez, Aida (2006) «En torno a la Promoción Artística». En Selección de Lecturas sobre Promoción Cultural. Ediciones Adagio. La Habana.

Tovar, Ma. de los Ángeles (2001) «Psicología social comunitaria. Una alternativa teórico - comunitaria.»Editorial Plaza y Valdés. México.

UNESCO (2001) «Declaración Universal sobre la diversidad cultural». Adoptada por la 31ª Sesión de la Conferencia General de la UNESCO. París, 2 de noviembre. (versión digital)

UNESCO (2003) «Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial». París, 17 de octubre. (versión digital).

UNESCO (2005) «Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales». Sesión de la 33ª reunión, celebrada en París del 3 al 21 de octubre. (versión digital).

Las técnicas participativas: herramientas que no debes olvidar...

M Sc. Nydia González Rodríguez.
Asociación de Pedagogos de Cuba.

Dr. Mariano Alberto Isla Guerra.
Centro Nacional de Superación para la Cultura.

Cuentan que una vez el más famoso mecánico del mundo viajaba por el desierto y se le descompuso el auto. Bajó confiado, abrió el maletero y ¡qué sorpresa! no encontró su caja de herramientas... Pasó el tiempo y nada pudo hacer para garantizar llegar a donde iba.

Cuando escuchamos el cuento pensamos, es fácil, todo se resuelve con llevar la caja de herramientas, pero ¿qué haríamos con esa caja en el desierto si no sabemos nada de mecánica? Nada haríamos tampoco. Conclusión: es indispensable saber y tener herramientas para lograr avanzar y llegar.

Por eso a tí, que comienzas un largo viaje como maestro, quiero enseñarte qué son, dónde encontrarlas y cómo se usan las herramientas que el maestro debe llevar para lograr la participación de sus alumnos: su afecto, su alegría en la búsqueda del saber, el desarrollo de su creatividad, su disciplina, su capacidad para trabajar en grupo y para aprender de lo que todos saben. Te aseguro, te van a ser muy útiles.

Es cierto que Martí hace más de cien años nos alertó sobre la necesi-dad de un cambio en los métodos tradicionales de enseñanza y defendía como necesaria la variedad, la amenidad, el carácter dialógico, lo amoroso e inquisitivo en la preparación de los hombres para la vida. Sin embargo, una mirada crítica a nuestras prácticas nos refieren que estas características aún son retos para muchos educadores, por lo que no me gustaría que pensaras que es un problema fácil de resolver, ni que pretendo darte consejos ni recetas para ello. Sólo quiero compartir contigo algunas ideas sin el ánimo de que las aceptes, sólo que las valores.

Entonces...

¿Qué entendemos por técnicas participativas?

Las técnicas participativas han estado presentes en la práctica educativa cubana y latinoamericana desde que el educador se percató de la necesidad no sólo de compartir sus experiencias y conocimientos con los educandos, sino de aprender con ellos; *buscó recursos y procedimientos que constituyeron sus*

herramientas educativas para provocar la participación de sus alumnos en la reflexión y el análisis, de esta forma convirtió el acto de enseñar en una enriquecedora experiencia al descubrir el saber entre todos. Si piensas en el proceso educativo que has vivido tendrás muchos ejemplos prácticos: una dramatización, un juego, el debate de un video y estoy seguro que no las olvidas porque te han ayudado y alegrado.

Las técnicas participativas son herramientas usadas en la metodología de la Educación Popular, que surgió en la segunda mitad del siglo XX en América Latina como una respuesta a la necesidad de organizar y preparar a las masas populares de nuestro continente para hacer más efectiva su lucha por mejorar sus condiciones de vida y transformar su entorno social dominado por el sistema capitalista. Por tanto, nacieron como herramientas para la lucha.

Hoy en Cuba todos estamos inmersos también en una gran batalla por hacer fuerte y grande a nuestra patria y estas pueden ser también nuestras armas.

¿Por qué les llamamos «participativas»?

Porque si usamos bien las técnicas, ellas generan la actividad consciente de los estudiantes en el proceso educativo y desarrollan su independencia cognoscitiva, propician su transformación de entes pasivos y receptores en sujetos activos, coprotagonistas del proceso educativo y dinamizadores del desarrollo social.

Mediante las técnicas, los participantes pueden ejercitarse en intercambiar sus vivencias, ideas y reflexiones, escuchar y ser escuchados, relacionarse con sus compañeros y compañeras de estudio y desarrollar la capacidad de tomar decisiones en las diferentes acciones y actividades generadas en el proceso educativo.

¿Para qué utilizar una técnica participativa?

Puedes utilizarla para:

- animar una actividad;
- presentar e integrar a los miembros de un grupo;
- aliviar tensiones;
- diagnosticar lo que saben, piensan o hacen tus alumnos en función de un tema o problema;
- desarrollar habilidades;
- organizar la formación y orientación de actividades grupales;
- consolidar, ejercitar los conocimientos, y también,
- para evaluar el proceso y los resultados.

¿Cuándo podemos utilizar una TÉCNICA PARTICIPATIVA?

Siempre que sea necesaria, es decir que requieras que participen los que te

acompañan en una actividad. Puedes usarla en las clases, conferencias, reuniones, eventos, actividades sociales, o en encuentros informales de un grupo de amigos; por tanto no sólo se usan en el aula, sino que pueden usarse en el trabajo con la familia, o con la comunidad.

Dentro de una actividad o clase puedes usarla en cualquier momento: en la introducción, en el desarrollo o en las conclusiones, pero CUIDADO no abuses de ellas, pues puede tener efectos negativos. Hay quienes al descubrirlas se entusiasman tanto, que hacen un uso simplista de la técnica o dinamiquerismo, lo que provoca que se pierda el objetivo y daña mucho la imagen del proceso educativo.

En cualquier disciplina cabe usar una técnica participativa, no son privativas de una rama del saber. Muchos educadores cubanos están creando sus propias técnicas y hay muy buenos resultados para diferentes niveles de enseñanza, y distintas asignaturas, también hay técnicas para el trabajo con la familia y la comunidad. Aparecen editadas por la Asociación de Pedagogos en cuatro tomos que puedes consultar. Esa será tu caja de herramientas.

¿Cuántos tipos de técnicas hay?

Son muchísimas las técnicas que existen y constantemente los educadores crean nuevas técnicas, algunos autores prefieren agruparlas por la función didáctica a la que responden y por ello dicen que hay técnicas de presentación y animación, de construcción del conocimiento, de ejercitación o consolidación y también de evaluación.

Otros prefieren agruparlas por el soporte comunicativo que utilizan y así hay técnicas auditivas (si se apoyan con grabadoras, radio), visuales o audio visuales (porque utilizan diapositivas, TV, cine, computación), gráficas (si el recurso utilizado son láminas, rompecabezas, objetos, etc.) y vivenciales o corporales (la persona misma: sus gestos, anécdotas, casos); pero para ti, más que la clasificación de las técnicas, es importante que sepas cómo utilizarlas.

¿Cómo proceder para usar una técnica?

I. ETAPA DE SELECCIÓN DE LA TÉCNICA

La preparación de quien pretende utilizar una técnica es indispensable a fin de obtener de ella el máximo de las potencialidades en el tema que se analiza y para el cual se pretende seleccionar la técnica.

Para seleccionar una técnica hay que pensar:

a) ¿Cuál es el resultado que deseas alcanzar?

Las técnicas no tienen un fin en sí mismas, siempre aspiran a provocar u obtener un resultado, un efecto en las personas que participan. Este resultado esperado puede ser adquirir un nuevo conocimiento, cambiar una conducta, desarrollar una habilidad, mejorar un estado de ánimo, concentrar la atención,

formar grupos, motivar, provocar una reflexión, etc. Por ello has de tener en cuenta el objetivo de tu actividad y pensar que dentro de ella la técnica puede coadyuvar a lograr ese resultado general, a partir de conseguir resultados parciales. Por tanto, cada técnica tiene sus propios objetivos.

Este rasgo las diferencia de los juegos que se realizan sólo para sentir placer; aunque encontrarás algunas técnicas que tienen como base un juego que se ha modificado para lograr objetivos de aprendizaje.

b) ¿Con quiénes las vas a utilizar?

Hay que tener presente las características grupales e individuales de los participantes, la cantidad, edad, extracción social, el nivel de preparación; sus gustos y preferencias; intereses, necesidades y motivos de su participación; estados emocionales; costumbres, tradiciones y creencias; el nivel de cohesión, que existe entre ellos y su experiencia participativa.

c) ¿En qué contexto o escenario se usan?

No en todo territorio o incluso, no en todo momento de un determinado lugar se puede usar la misma técnica, hay que contextualizarla. No es lo mismo un país que otro, una fábrica que una escuela, una zona rural que una urbana, un aula que un teatro o un patio; también el tamaño del local puede sugerirte cambios en la técnica o de local. Hay que valorar la posibilidad de afectar el trabajo que se lleva a cabo en otros locales cercanos. Incluso hay que reordenar la distribución de los asientos, pensar en si hay luz, tomas eléctricas, etc. Te parecerán detalles, pero si no los tienes en cuenta, puede fracasar tu intento de provocar la participación.

d) ¿De qué tiempo dispone?

No podemos olvidar la limitación del tiempo, debemos ajustarnos a él y elevar nuestra eficiencia para lograr aprovecharlo al máximo. La hora del día en que se va a celebrar la actividad, nos dirá del nivel de cansancio, iluminación, posible premura de los participantes y ello también debe ser tenido en cuenta. El tiempo influye en los biorritmos de las personas y en cada situación temporal no podrá concebirse y aplicarse la técnica diseñada de igual forma.

e) ¿Qué materiales necesitas?

Es necesario valorar si cuentas con los medios o materiales que requiere la ejecución de la técnica. Si no los tienes, entonces piensa cómo sustituirlo por otro material o medio que no afecte la calidad de la técnica. Prepara los medios que vas a usar y trata de que sean gratos a la vista, esto es importante, pues contribuye a crear el gusto estético, además, aunque no lo digan tus compañe-

ros, agradecerán el esfuerzo que realizas por agradarlos.

II. ETAPA DE EJECUCIÓN DE LA TÉCNICA:

Seguir estos pasos puede ayudarte:

1.- Motivar: Sólo la posibilidad de participación provoca en los participantes un interés y buena disposición hacia la técnica, pero de todas formas es necesario precisar bien con los participantes lo que perseguimos, el tema de reflexión que buscamos, y la explicación de sus procedimientos. Hay que estar seguro que cada persona sabe qué es lo que tiene que hacer.

2.- Realizar la dinámica. Se conduce la realización de la técnica según los pasos y procedimientos que aconseja la técnica escogida.

Con frecuencia las técnicas utilizan dinámicas como el juego, la dramatización, el dibujo, que propician un distanciamiento del problema, de esta forma cada participante se proyecta de forma más natural, menos regulada, y esto ayuda a que el análisis posterior sea más objetivo, más cercano a la realidad. Paulo Freire se refería a esto cuando decía: «para acercarse es necesario distanciarse».

3.- Provocar catarsis.

Una vez concluida la técnica suele haber cierta alteración en el grupo, mucha animación, deseos de seguir participando. Para volver a la concentración es necesario canalizar esa exaltación, para ello se pregunta a los presentes cómo se han sentido, si les gustó o no, favorecer un recuento de lo vivido con la técnica. Por ejemplo si la técnica utilizada fue auditiva podemos comentar lo qué escuchamos; o lo que vimos u observamos si la técnica utilizada fue visual o gráfica; de esta forma estaremos en condiciones de iniciar una reflexión de fondo.

A veces una técnica provoca ansiedades durante su desarrollo en el grupo, por lo que el educador debe estar atento para regular dichas ansiedades, canalizarlas y no permitir que puedan dañar el resultado del trabajo ni que las personas que participan se sientan violentadas.

4- Analizar el tema.

Es necesario provocar una reflexión de descodificación de los elementos y símbolos utilizados por la técnica, de los resultados arrojados en el trabajo del grupo, cómo se relacionan con la realidad, profundizar en la teoría del proble-

ma, en el análisis. De esta forma te acercas al problema y la técnica va quedando atrás.

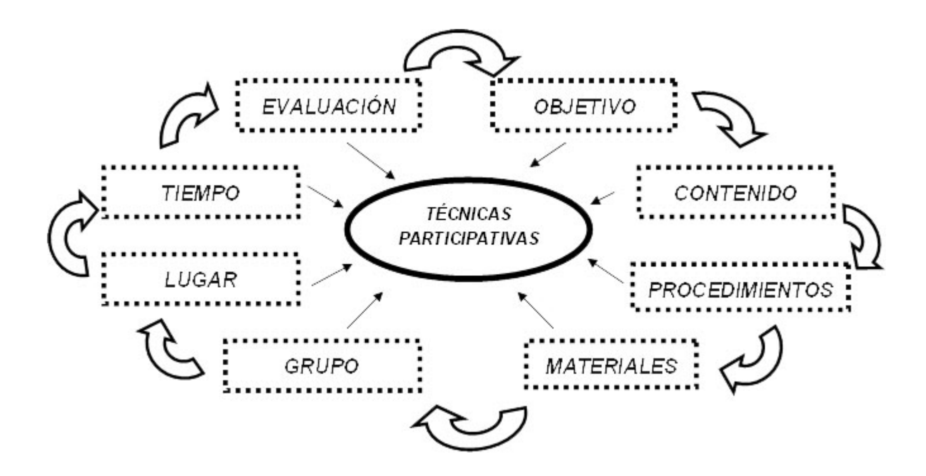
5.- Concluir la reflexión

No debes olvidar que después de un análisis se requiere un proceso de síntesis o conclusión, aunque no se pretenda cerrar dogmáticamente el tema para siempre. Es recomendable que se dejen preguntas, incertidumbres o retos que motiven a los participantes a seguir buscando información. Estos juicios conclusivos también pueden hacerse colectivamente.

III. EVALUACIÓN

Apreciar el grado en que se han cumplido los objetivos de la actividad en cada participante es importante para poder trazar nuevos planes. Valorar cómo han participado, cómo fue la aceptación de la técnica empleada, qué razones explican esos resultados te puede enseñar mucho, así cada día serás mejor maestro o maestra. También es importante buscar la opinión de los participantes sobre los resultados obtenidos, puede hacer más objetiva tu propia evaluación de la actividad y ganar el respeto y afecto de los que te acompañan en este viaje.

El presente gráfico resume nuestra explicación hasta aquí:



¿Qué te ha parecido? Seguramente estarás de acuerdo con nosotros en que cumplir con el pensamiento martiano -como es obvio- no pudiéramos lograrlo sólo utilizando las técnicas participativas, pero creemos que contribuyen y facilitan este empeño, pues ellas logran el comprometimiento de los educandos en su proceso de aprendizaje; la democratización y activación del proceso de enseñanza; estimulan la interrelación social, crean un clima de amor y alegría y todo ello facilita la consecución de nuestros propósitos educativos.

Las técnicas participativas contribuyen además, a debilitar las tendencias pedagógicas defensoras de los esquemas, el empirismo, la teorización, el autoritarismo, el verticalismo y las prácticas conductistas, por mencionar algunos de los defectos que como maestros, heredamos.

También contribuyen a formar y fortalecer cualidades imprescindibles en el educador tales como, la humildad, el amor, la valentía, la tolerancia, la competencia, la capacidad de decidir, la seguridad, la ética, la justicia, la tensión entre la paciencia y la impaciencia y la parsimonia verbal.

Y como decía Freire «Es viviendo -no importa si con deslices o incoherencias, pero sí dispuestos a superarlos- como contribuyo a crear la escuela alegre, a forjar la escuela feliz. La escuela en la que se piensa, en la que se actúa, en la que se crea, en la que se habla, en la que se ama, se adivina la escuela que apasionadamente le dice sí a la vida. Y no la escuela que enmudece y me enmudece.» (Freire, 1996, p. 70)

¿Qué piensas, luchamos por esa escuela?

Nosotros decimos que sí y ¿tú?

Bibliografía:

Bustillos, G. y Vargas, L. (1996). *Técnicas Participativas para la Educación Popular. Tomos I y II.* San José: Editorial Alforja.

González, N. et al. (1994). *Técnicas Participativas de Educadores Cubanos*. Tomo I. (1ª ed.). La Habana: CIE «Graciela Bustillos».

González, N. et al. (1996). *Técnicas Participativas de Educadores Cubanos*. Tomo 2. (1ª ed.). Guadalajara: IMDEC.

González, N., Padrón, A. R., Fernández, A., Mendoza, A. y Vega, T. Z. (1998). *Técnicas Participativas de Educadores Cubanos*. Tomo 3. (1ª ed.). La Habana: CIE «Graciela Bustillos».

González, N. et al. (2005). *Técnicas Participativas de Educadores Cubanos*. Tomo 4. (1ª ed.). La Habana: CIE «Graciela Bustillos».

Freire, P. (1986). *Hacia una pedagogía de la pregunta. Conversaciones con Antonio Faúndez.* Buenos Aires: La Aurora.

Freire, P. (1994). *Cartas a Cristina. Reflexiones sobre mi vida y mi praxis.* Brasil: Paz y Tierra.

Freire, P. (1996). *Cartas a quien pretende enseñar*. Méjico DF: Siglo XXI.

Freire, P. (1997). *Pedagogía de la autonomía*. México DF: Siglo XXI.

González, N. (2003). *Criterios de evaluación para procesos de educación popular en las comunidades.* Tesis de Maestría no publicada, Universidad de Santiago de Cuba, Cuba.

González, N. (2002). *Para evaluar nuestras prácticas*. La Habana: CIE «Graciela Bustillos».

Jara, O. (1984). *Los Desafíos de la Educación Popular*. San José: Alforja.

Núñez, C. (1992). *Educar para Transformar, Transformar para Educar*. Guadalajara: IMDEC A.C.

Núñez, C. (1999). *Revolución ética*. Guadalajara: IMDEC.

Pontual, P. (1991). *Metodología, métodos y técnicas en la Educación Popular. Algunas reflexiones e inquietudes acerca de nuestros programas de formación.* San José: CEP-Alforja.

Rivas, F. (1994). *Gestión Participativa de las Asociaciones*. Madrid: Editorial Popular S.A.

Las dimensiones de la Educación Popular y su valor para las prácticas educativas socioculturales.

Dr. Mariano Alberto Isla Guerra.

Resumen

Realiza una síntesis de las dimensiones de la Educación Popular: pedagógica, comunicativa, histórico cultural, investigativa, política, organizativa y socio afectiva. Expresa los aportes que realiza cada una de ellas, a la dinámica de esta concepción pedagógica, explica la dialéctica entre estas dimensiones en las prácticas educativas socioculturales y destaca su valor en los procesos de transformación asumidos desde cada espacio educativo concreto. Estas dimensiones contribuyen a organizar armónicamente las disímiles contingencias de la realidad social y facilitan el crecimiento de los sujetos y el mejoramiento del dinámico y cambiante contexto sociocultural. Orientan al educador popular para tensionarlas según las necesidades de la experiencia comunitaria o proceso educativo.

Artículo

…hay que saber partir del nivel donde el educando está o los educandos están, esto es un nivel cultural, ideológico, político… y por eso el educador tiene que ser sensible, el educador tiene que ser esteta, tiene que tener gusto. La educación es una obra de arte… (Freire, P., 2004, p.2)

Las dimensiones de la Educación Popular sintetizan los lados o aristas a través de las cuales se manifiesta la actividad educativa. Ellas han sido: la pedagógica, política, comunicativa, investigativa, organizativa y la histórico-cultural. En el artículo se propone una sexta que ha sido de importancia vital para el modelo presentado: la socio-afectiva o sicológica.

Las dimensiones son, al decir de Carlos Núñez[1] como las teclas de un sintetizador que sirven para sobredimensionar un sonido determinado según las exigencias del momento. Una experiencia educativa en su etapa de diagnóstico, intencionará la dimensión investigativa. Después puede que sobrevenga una etapa formativa y entonces la dimensión pedagógica juega su misión. De esta forma se van manifestando las diferentes dimensiones.

PEDAGÓGICA

La educación como proceso organizado y dirigido a la preparación del hombre en, por y para la vida, tiene un penetrante carácter social y un profundo fundamento pedagógico. Decía Paulo Freire: «Nuestra tarea revolucionaria nos

exige no sólo informar correctamente sino también formar. Nadie se forma realmente si no asume responsabilidades en el acto de formarse». (Freire, P., 1990, p. 176). Este valor educativo es defendido por esta concepción pedagógica, donde el contexto social se erige como factor determinante del proceso formativo.

Con relación al valor educativo de la vida en el proceso docente educativo, N. Talízina señaló también lo siguiente: «Se pueden dar muchos consejos buenos al estudiante, pero su vida real no tiene nada que ver con esas palabras, se guiará precisamente por la vida» (Talízina, N., 1985).

La educación como sistema de influencias sociales en su sentido más amplio, ha de estar en conexión con el papel y el encargo del proyecto sociocultural o formativo diseñado, en estrecha interrelación con la práctica social de sus protagonistas.

La enseñanza no puede descuidar lo cognoscitivo de lo desarrollador. No se puede aprender sin una apropiada enseñanza, generadora de nuevos conocimientos sobre la base del desarrollo de hábitos, habilidades y capacidades que contribuyan al progreso de los alumnos.

Freire destaca: «Por eso enseñar es un acto creador, es un acto crítico y no mecánico» (Freire, P., 1995, p. 77). *Acto* donde la teoría de la enseñanza concibe una estrecha relación entre los componentes del proceso docente educativo para lograr su consecución como un acto *crítico* y *creador*: problema, objeto, objetivo, contenido, método, forma de organización, medios y resultados.

Enseñar no es transferir conocimientos, constituye un proceso consciente de producción y construcción cognoscitivo «...donde quien enseña, aprende al

---

[1] *Carlos Núñez: Destacado educador popular, nacido en Méjico. Ha tenido un destacado trabajo educativo desde la base hasta las más elevadas tribunas. Compañero de vida de Graciela Bustillos y co-fundador junto a ella del Instituto Mejicano para el Desarrollo Comunitario (IMDEC). Posee una copiosa obra, donde se destaca Educar para transformar, transformar para educar y Revolución ética, entre otras. Amigo y colaborador de la Revolución Cubana. Es Presidente de Honor del Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL), como las teclas de un sintetizador que sirven para sobredimensionar un sonido determinado según las exigencias del momento. Una experiencia educativa en su etapa de diagnóstico, intencionará la dimensión investigativa. Después puede que sobrevenga una etapa formativa y entonces la dimensión pedagógica juega su misión. De esta forma se van manifestando las diferentes dimensiones.Generalmente todas actúan dialécticamente, pero siempre hay alguna que se visibiliza con mayor intensidad, según las exigencias de ese instante del proceso. Ellas orientan al educador popular para tensionarlas según las necesidades de la experiencia comunitaria o proceso educativo.Seguidamente les presentamos una síntesis de cada una de ellas que contribuirá a una comprensión más profunda de la Educación Popular y a su implementación con mayor claridad en nuestras prácticas socioculturales y formativas.*

enseñar y quien aprende, enseña al aprender... enseñar se diluía en la experiencia realmente fundadora de aprender» (Freire, P., 1997, p. 25). La unidad entre práctica y teoría es un principio básico de la Educación Liberadora, defendida por la Educación Popular, pues sin ella no es posible la verdadera capacidad de cambio que en su praxis deben generar los sujetos en un determinado espacio socio cultural e histórico.

La instrucción implica un proceso de asimilación de conocimientos, hábitos y habilidades. Responde al nivel de desarrollo del intelecto y de las capacidades creadoras de los sujetos que interactúan en el proceso docente educativo. Tiene su incidencia en la preparación del hombre para su participación social.

Sobre la estrecha unidad entre instrucción y educación, Freire afirma: «Nunca me fue posible separar en dos momentos la enseñanza de los contenidos, de la formación ética de los educandos» (Freire, P., 1997, p. 91) La operacionalización de la instrucción se da en el plano pedagógico, donde se funde dialécticamente la educación y la enseñanza, dirigida a la formación o redimensionamiento de la personalidad dentro de un conjunto de relaciones sociales. En este accionar intervienen de forma activa el educador y los educandos.

La dimensión pedagógica de la Educación Popular se hace tangible en su concepción metodológica dialéctica. Esta concibe a la ***práctica*** real de los participantes de una experiencia, como el ***punto de partida*** de cualquier proceso educativo en el ámbito social. Constituye el escenario de transformación de la realidad de los actores de dicha experiencia educativa, es un primer momento de auto-reconocimiento, de encontrarse consigo mismo, de diagnosticar qué situación tienen.

Estos resultados obtenidos inicialmente son sometidos continuamente a ***nuevos niveles de comprensión***, es decir a procesos de ***teorización*** de esa realidad, que permite a los participantes comprenderla, estudiarla y analizarla de forma más profunda e integralmente, desde el componente socio-histórico, cultural y estructural. Sobre la base de estos resultados se debe proyectar ***acciones transformadoras*** de una manera conciente, favoreciendo saltos progresivos en el desarrollo interno y externo del grupo con el fin de garantizar un nuevo ***retorno a la práctica***.

Se puede partir de la práctica, para de aquí pasar a un momento de teorización y entonces garantizar el retorno a una práctica enriquecida y cualitativamente superior. Esto facilita un ascenso en espiral, donde cada punto de llegada será a su vez un nuevo punto de partida. Pudiera esquematizarse de la siguiente forma: práctica-teoría-práctica^{+} (P - T - P^{+}) o acción-reflexión acción^{+} (A - R - A^{+}) (ver gráfico). En esta sucesión de momentos se interrelacionan los componentes del proceso educativo.

Para el logro de esta concepción, la Educación Popular pondera al taller como forma organizativa del proceso de aprendizaje, sin menospreciar otras

modalidades que pueden ser utilizadas de forma oportuna, según las necesidades. El taller propicia construir y templar, a partir de la experiencia, los conocimientos, los sentimientos, las habilidades, capacidades, hábitos y los mejores valores del ser humano, y es muy provechoso al facilitar una mayor participación de los sujetos en el quehacer educativo.

Otros principios pedagógicos cardinales de la Educación Popular están vinculados con los siguientes postulados:

§ Coherencia entre objetivo y método como componente metodológico para cumplimentar sus objetivos.

§ Diseñar los programas de formación desde el objeto y no desde la estructura preconcebida por la teoría precedente, que a su vez respondió a otra realidad. Para cada objeto un diseño adecuado a sus exigencias concretas.

§ La participación como fundamento pedagógico de múltiples implicaciones.

§ Las técnicas participativas como herramientas didácticas, facilitadoras de la construcción colectiva de los conocimientos, valores e identidad grupal.

§ Primacía de la práctica y el actuar, como punto de partida y fuente de conocimientos, valores y estrategias de transformación. Aprender haciendo, aprender investigando.

§ La construcción colectiva del conocimiento teniendo como base la participación, el diálogo entre saberes y la *pedagogía de la pregunta*.

§ Convierte a los sujetos del proceso de educativo en investigadores de su realidad mediante procedimientos de índole pedagógicos y de indagación.

§ Promueve la horizontalidad en los procesos de aprendizaje en contraposición a la escuela tradicional, donde prima el verticalismo, el autoritarismo y estilos bancarios de enseñanza (forma de entender el conocimiento, divorciando a los sujetos del acto de conocer, donde el educador es el que *transmite* información y el educando la *recibe y recita*).

En esta dimensión se materializan las demás, auque una sin la otra no se puede materializar, de aquí su carácter integral como parte de una totalidad: el proceso docente educativo.

COMUNICATIVA

Sin la presencia de la dimensión educativa es imposible desarrollar la práctica educativa y por tanto el trabajo comunitario. El hombre, por esencia, es un ser que existe en comunicación con los otros. Debemos tener una actitud dialógica para poder comunicarnos. A lo largo del tiempo, la comunicación ha sido el sustento interactivo que nos ha permitido reconocernos mutuamente, construir y reconstruir, retroalimentarnos críticamente de lo hecho y llegar a una conciencia común.

«...comunicación, es diálogo, en la medida en que no es la transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores...» (Freire, 1993, p. 77)

El diálogo gana significado porque los sujetos dialógicos no sólo conservan su identidad, sino que la defienden y así crecen uno con el otro. Implica un respeto mutuo entre los interlocutores, ajeno a las experiencias autoritarias.

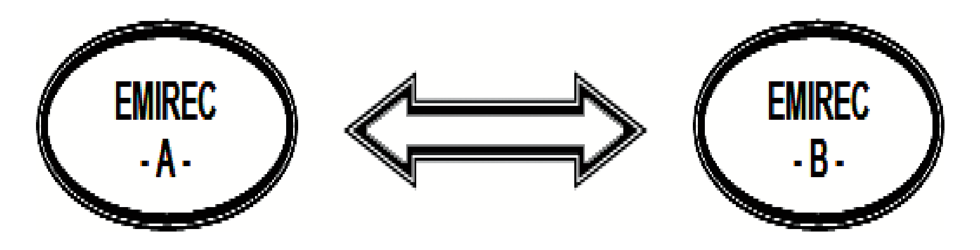
Cada vez se hace más neta la diferencia entre comunicación e información. Así, para Ricardo Nocedal comunicación es el proceso por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcancen una conciencia común. Por el contrario, información, es cualquier transmisión unilateral de mensajes de un emisor a un receptor.

El emisor es quien expresa sus ideas a otra u otras personas. Estas a su vez asumen en ese instante el papel de receptores, de escuchar lo que se les quiere comunicar.

Según Antonio Pasquali (1979), comunicación es «...la relación comunitaria humana que consiste en la emisión / recepción de mensajes entre inter-locutores en estado de total reciprocidad». Para Luís Ramiro Beltrán (2002) es «…el proceso de interacción social democrática, basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación».

El proceso de la comunicación debe realizarse de modo que de a todos «la oportunidad de ser alternadamente emisores y receptores». El canadiense Jean Cloutier (1975) resume esta concepción mediante el término de *EMIREC*, amalgama de **EMI**sor y **REC**eptor.

Todo ser humano debe ser visto y reconocido como EMIREC, ya que está dotado y facultado para ambas funciones. No más locutores y oyentes sino inter-locutores. Este modelo puede ser graficado como un ciclo bidireccional y permanente como:



¿Cómo enunciar las formas básicas, el modelo ideal para una comunicación popular, democrática y eficaz? Ella ha de estar al servicio de un proceso educativo y transformador. La comunidad ha de ir formándose con ella, comprendiendo críticamente su realidad y adquiriendo instrumentos para transformarla.

Ha de estar estrechamente vinculada a las organizaciones de masas. Ha de ser una auténtica comunicación, sus bases: el diálogo y la participación.

Existen muchos recursos estimuladores del diálogo y la participación. Encontrarlos, depende de la creatividad de cada grupo, de los líderes del barrio o promotores de un proyecto comunitario. Es preciso avanzar pacientemente, paso a paso, sabiendo que la comunicación es un proceso. No se da de un día para otro. Hay que saber estimularla.

Deben crearse desde el principio condiciones favorecedoras para la interrelación entre las personas. Según como se arranque, podrá lograrse poco a poco una real comunicación dialógica y participativa. Si esta no se logra, entonces fracasará por la indiferencia y el silencio de la comunidad.

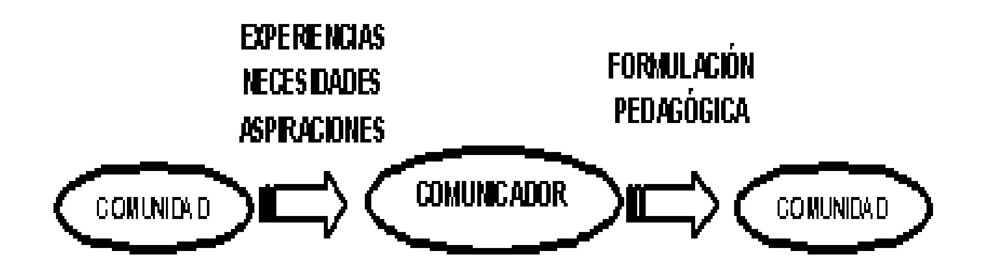
PROCESO ORGANIZATIVO	COMUNICACIÓN POPULAR	PROCESO EDUCATIVO
PARTICIPACIÓN		DIÁLOGO

Debemos comenzar *yendo a la gente* , partiendo de ella y de su realidad. Se debe hablar de **recoger**; de comenzar **recogiendo**. Así por ejemplo, un equipo de un boletín comunitario explica lo siguiente: «Para elaborar cada número, comenzamos yendo a la tienda, al bar, a la parada de la guagua, en fin, a los lugares de concentración y de reunión y conversamos con la gente». Otro reseña que se preocupan por «recoger lo que dice, piensa y vive la comunidad», para así hacer la radio base con «los temas que han salido de la propia gente; temas que le interesan y responden a su realidad».

Aunque aquí todavía no se plantea la participación directa de la comunidad en la producción de los mensajes - porque eso no siempre es posible desde el comienzo -, empiezan por conocer y escuchar a sus destinatarios, por tomar en cuenta sus necesidades y aspiraciones para verterlas en sus mensajes.

¿Es posible designar, dar un nombre técnico a esa etapa inicial del proceso comunicativo? Podríamos decir que sí, ese nombre está relacionado con la *pre-alimentación.*

Proponemos llamar pre-alimentación a esa búsqueda inicial entre los destinatarios de nuestros medios de comunicación para que nuestros mensajes los representen y reflejen. Si se desea comenzar un real proceso de comunicación en la comunidad, debemos tener en cuenta lo siguiente:



Pero no sólo se trata de *reflejar* a la comunidad como un espejo que devuelve una imagen o como un grabador que repite y reproduce mecánicamente lo que la gente dice. Lo importante es que la comunidad pueda ver los problemas con otra perspectiva crítica, discutirlos, reflexionarlos, desentrañar sus causas. Nuestra manera de presentar los hechos debe ser problematizadora, suscitar la reflexión. A esto llamamos formulación pedagógica del mensaje.

El primer requisito para que la comunidad comience a involucrarse en la comunicación, es que no vea lejanos y ajenos los mensajes propuestos, sino sentirlos suyos, propios; reconocerse en ellos.

Enseñar exige escuchar, pues esta capacidad implica una postura hacia el interlocutor, su gestualidad y diferencias. Aceptar y respetar estas últimas, no anula la posibilidad de discutir. La enseñanza exige disposición para el diálogo y necesita seguridad en el docente, pero esta confianza no se basa en la idea de saberlo todo, sino más bien, en la idea de que sabemos algo y podemos llegar a saber aquello que hoy no sabemos o no sabemos bien.

«El diálogo constituye el sello del acto cognoscitivo,... libera y da poder tanto a los educadores como a los educandos... Puede estimular igualmente el ejercicio de la creatividad, el ejercicio solidario de los unos hacia los otros y la construcción del sentido de comunidad.» (Cabrera, 1999, p. 125) La educación dialógica contribuye a solucionar la contradicción entre educador y educando. En manos del primero, constituye un valioso instrumento de construcción colectiva del conocimiento a partir de la reflexión de la práctica de los sujetos de cualquier experiencia educativa.

Enseñar a preguntar, promover las preguntas de los participantes, debe ser un principio básico de la enseñanza, debemos pasar de la pedagogía de la respuesta a la de la pregunta, por su significado en la transformación de la base misma de la escuela tradicional y el empoderamiento del educando en el proceso de su formación como sujeto activo, crítico y transformador. Ello reafirma la relación dinámica que debe existir entre palabra-acción-reflexión, como sustento de todo el entramado dialéctico del proceso docente educativo.

En resumen, la comunicación popular rechaza la manipulación comunicativa y los códigos verticalistas, autoritarios y bancarios de enseñanza; asume el diálogo de saberes entre el conocimiento lógico y el contextualizado, entre lo *culto* y lo *popular* y reconoce el derecho a la palabra y a ser escuchado y tenido en cuenta como sustento de la construcción colectiva del conocimiento.

A la dialogicidad se antepone la predisposición antidialógica. Estas concepciones entrañan características diferentes. La primera se basa en la colaboración, la unión, la organización y la síntesis cultural. La segunda, acude a la conquista, la división, la manipulación y la invasión cultural.

HISTÓRICO CULTURAL

Los procesos de capacitación y formación han de estar contextualizados a las exigencias y condiciones de cada lugar. La contextualización de los procesos educativos constituye una premisa para la superación en materia de trabajo comunitario. No se puede trabajar en abstracto sin tener en cuenta la realidad de dónde se parte y a dónde se ha de regresar. «La práctica que es social e histórica, aun cuando tenga una dimensión individual, se da en cierto contexto tempo-espacial y no en la intimidad de la cabeza de las personas» (Freire, 1996, p. 51).

Para el educador es de suma importancia ser consciente y respetuoso de la identidad del educando y de la suya propia, entender que lo diferente a nosotros no es lo inferior, tener la capacidad de diálogo intercultural.

No tener en cuenta estos preceptos puede conducirnos a un puro intervensionismo, haciendo sentir a los educandos como extranjeros de un proceso del cual no se ven implicados ni comprometidos, pues fue diseñado para otra realidad o simplemente para un contexto *virtual*. No es con una actitud de *estar frente* o *estar sobre* los educandos que el educador puede cumplir con su encargo social. La visión del educando como objeto, separado de su contexto, contribuye a una pedagogía bancaria, con pobres perspectivas de transformación.

Félix Varela tempranamente en 1819, se percata de lo siguiente: «Lo que en tales circunstancias produjo un efecto, en otras, que a primera vista parecen idénticas, produce el contrario» (Varela, 1992, p. 59). «Comúnmente sucede que los hombres imitan por falta de consideración, y por mera costumbre» (Varela, 1992, p. 90) Más de un siglo después Paulo Freire aludía a esto mismo, cuando afirmó «...una misma metodología de trabajo no opera necesariamente en forma idéntica en contextos diferentes.» (Freire, 1996, p. 53)

Las experiencias no se copian, ni se traspolan mecánicamente, tampoco se trasplantan, se deben adecuar cuidadosamente a las exigencias del contexto, tomando preferentemente aspectos del método, ajustado a la nueva realidad. Constituye una reinvención creadora a tono con las peculiaridades del contexto

histórico cultural. La generalización simplista de experiencias y proyectos ha traído negativos resultados a las prácticas educativas destinadas a la superación de los agentes de cambio.

De esta forma la contextualización de los procesos constituye una premisa para trazar estrategias adecuadas a las exigencias y características de quienes la formulan. En este sentido cobra vital significado el principio metodológico de la Educación Popular que plantea partir de la práctica de los sujetos involucrados en la experiencia educativa mediante el triple autodiagnóstico participativo.

Este examen inicial de la realidad sociocultural permite al grupo autor reconocerse, desentrañar su historia pasada y presente, sus tradiciones y costumbres, los rasgos de su comunicación y modos de expresión que la caracterizan. Cada grupo social y/o comunitario posee sus rasgos culturales propios, sedimentados por una historia común gestora de su identidad cultural.

Este soplo de vitalidad sociocultural es indispensable tenerlo en cuenta durante todo proceso con pretensiones transformadoras desde el interior del grupo y/o comunidad, sin descuidar, las particularidades históricas concretas del entono mediato e inmediato.

Freire reconoce la posibilidad de cambiar, para bien, el contexto histórico cultural del grupo, y destaca el papel del educador, el promotor cultural u otro agente sociocultural de cambio, cuando afirma: «…el punto de partida de la educación está en el contexto cultural, ideológico, político, social de los educandos. No importa que este contexto esté echado a perder.

Una de las tareas del educador es rehacer esto… en el sentido en que el educador es también artista: él rehace el mundo, él redibuja el mundo, repinta el mundo, recanta el mundo, redanza el mundo…» (Freire, 2004, p. 2).

Este rol de gestor de cambios del promotor de trabajo comunitario puede hacerse realidad, siempre y cuando esté dotado de una concepción participativa y dialéctica sobre el devenir del ser en hombre como ser social.,asumiendo lo cultural como una dimensión de inagotable posibilidades creativas y transformadoras. Pero esta gestión necesita instrumentar un proceso investigativo sobre las bases de la comunicación popular.

INVESTIGATIVA

La Investigación Acción Participativa (IAP) constituye la metodología que asume la Educación Popular para la investigación de nuestras prácticas, sin negar el aporte de otros paradigmas. Ella nos ha permitido accionar-reflexionar y accionar para perfeccionar los espacios educativos donde interactuamos de forma permanente, garantizando un ascenso paulatino a escalones superiores, sin negar indeseados retrocesos, característicos también de toda obra humana.

Esta dimensión posibilitó concienciar la necesidad de volver sobre nuestras experiencias en las comunidades, desandar para poder continuar marchando por senderos más despejados y seguros.

El permanente proceso de pensar la práctica, mediante la sistematización de nuestras vivencias, constituye un eslabón indispensable de la Investigación Acción, en estrecha relación con los procesos evaluativos de nuestro accionar. La revelación de verdades y no su enmascaramiento, desocultar, alcanzar la comprensión más completa y exacta de la realidad con la activa participación de los actores del proceso, son imperativos de la IAP.

La comunidad, organización o sector que vive la problemática a investigar de conjunto con los educadores y/o investigadores comprometidos en el proceso investigativo se convierten en los sujetos de la investigación.

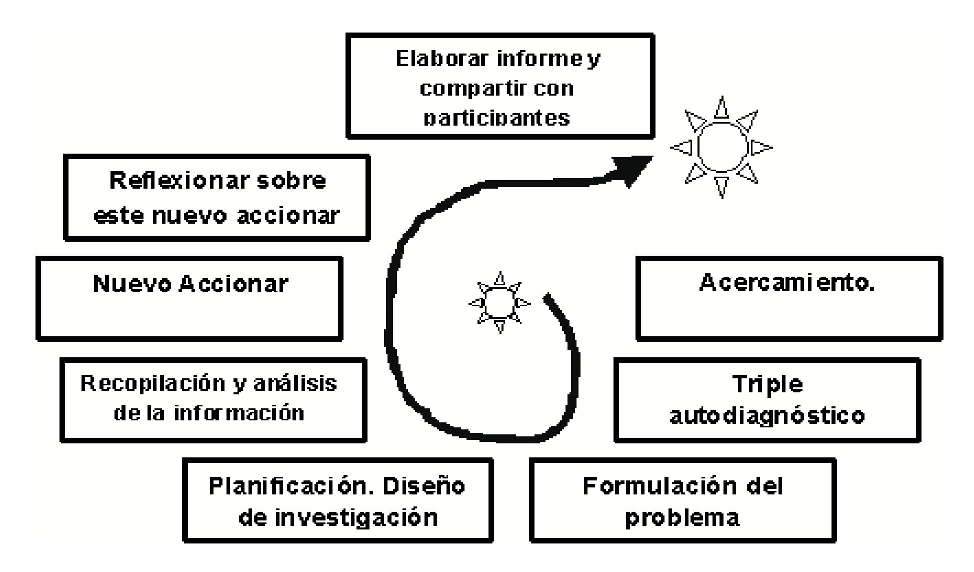
El objeto de investigación en esta metodología es el conocimiento científico de la realidad que se vive para encontrar las causas de los problemas y emprender así un proceso de auto transformación. Los objetivos concretos son formulados por los sujetos de la investigación en cada etapa.

Los métodos y técnicas utilizadas son diversos, tanto para recoger información cualitativa como cuantitativa. Son escogidos, aplicados y muchas veces elaborados por los propios participantes con la coordinación de los promotores del proyecto o experiencia. El diálogo constituye un medio fundamental en el proceso investigativo de la IAP. Con respecto al diálogo, Peter Park nos plantea: «El diálogo es más que un método de investigación, porque dialogar es humano» (Park, 1992, p.192) y seguidamente afirma: «La IAP es un trabajo profundamente educativo. La educación se entiende aquí no en el sentido de una transmisión didáctica de conocimiento, sino en el de aprender por la búsqueda y la investigación» (Park, 1992, p.196) El análisis de la información es realizada en diversos momentos por los miembros de la comunidad, organización o sector a lo largo de un proceso educativo que permite avanzar hacia la comprensión teórica y científica de la problemática.

Los resultados no son finales, ellos alimentan permanentemente el proceso educativo, en función de formular constantemente alternativas de acción para transformar la realidad. A partir de ella surgen nuevos temas a investigar o nuevos puntos de profundización, de forma continua e insertados en la dinámica cotidiana de la comunidad o grupo que la haya asumido. Oscar Jara en este sentido nos resume: «El proceso de investigación-educación-acción transformadora, permite que los involucrados se apropien de la capacidad de investigar y estudiar y permite fortalecer la organización popular» (Jara, 1985, p. 4).

Las etapas por la que atraviesa un proceso de IAP son: acercamiento, triple autodiagnóstico, formulación del problema, planificación (diseño de investigación), recogida y análisis de la información (lleva implícito un programa de

capacitación a participantes en la investigación), recopilación y análisis de la información, nuevo accionar según los resultados, reflexión sobre este nuevo accionar, elaborar informe y compartir con los miembros de la comunidad u organización.



Triple autodiagnósticoPlanificación. Diseño de investigaciónElaborar informe y compartir con participantes

En resumen la IAP «No separa al sujeto que investiga del objeto de investigación; es participativa esencialmente; permite la comprensión de la realidad como un todo articulado; se plantea el descubrimiento de las causas de los fenómenos sociales; valoriza el conocimiento existente en el pueblo y permite que los sujetos materialicen plenamente su capacidad para investigar.» (Jara, 1985, p. 6)

POLÍTICA

La concepción y praxis de la Educación Popular en Cuba, contribuyen a fortalecer una esfera de vital significado social y estratégico en la actual coyuntura histórica: la comunidad y los actores sociales que trabajan desde ella. De esta forma aposta por la consolidación de los objetivos estratégicos de la Revolución actualmente, que es fortalecer la unidad del pueblo y elevar su calidad de vida.

El pueblo en las prácticas educativas tiene que asumir la teoría, pero asumir no significa recibir, sino hacer, construirla por sí mismo a partir de su realidad y desde su perspectiva de clase para incidir en su perfeccionamiento o transformación. En Cuba, el proyecto socialista ha propiciado convertir al pueblo en el

protagonista de su destino, no obstante subsisten dificultades de diferente índole (objetivas y subjetivas) provocadas por nuestra propia gestión y por los efectos del bloqueo imperialista de los EE.UU.

La dimensión política de la Educación Popular, por su esencia, se materializa en nuestro país como una metodología que nos facilita reflexionar críticamente sobre los problemas y logros de nuestros proyectos y experiencias, teniendo como base la inteligencia colectiva.

«Me parece que la llamada neutralidad de la ciencia no existe. La imparcialidad de los científicos, tampoco. Y no existe ni una ni otra, en la medida misma en que no hay ninguna acción humana desprovista de intención de objetivos, de caminos de búsqueda; no hay ningún ser humano ahistórico, ni apolítico...» (Freire, 1985, p. 35)

«Hablamos de ética y de postura sustantivamente democrática porque, al no ser neutra, la práctica educativa, la formación humana, implica opciones, rupturas, decisiones, estar y ponerse en contra, en favor de un sueño y contra otro, en favor de alguien y contra alguien. Y *es* precisamente ese imperativo el que exige la eticidad del educador y su necesaria militancia democrática y le impone la vigilancia permanente en el sentido de la coherencia entre el discurso y la práctica.» (Freire, 1995, p. 43)

Muchos filósofos, educadores y políticos, han tenido como agenda de debate a lo largo de la historia de la humanidad: ¿es la escuela la que cambia la sociedad? o ¿la sociedad a la escuela? Nuestra práctica nos ha permitido corroborar lo afirmado por Paulo Freire al respecto: «… en primer lugar no es la Escuela la que cambia la sociedad, sino es la sociedad la que hace a la Escuela y, al hacerla, se hace con ésta, dialécticamente.» (Freire, 1985, p. 40-41).

En el trabajo sociocultural se manifiesta fehacientemente el carácter político de los procesos de transformación comunitaria, pues compromete de forma directa a los actores sociales en la solución de sus necesidades reales y sentidas, contribuye a su integración y a la adopción de una actitud ante las problemáticas sociales del barrio, siempre al lado de los más necesitados, sumando a este quehacer a todos los vecinos sin distingo de raza, género u orientación sexual, estatus profesional, credo religioso o actitudes precedentes o actuales. Es un *vengan todos*, al decir del Doctor en Ciencias y Académico Cienfueguero, Alfredo Espinosa Brito, con el fin de gestar los sueños que entre todos son pensados y planeados, para bien de todos.

Para Freire los educadores son políticos, pertenezcan o no a un partido. La educación sistemática reproduce la ideología del poder, independientemente de que los educadores sean conscientes o no de ello.

«Yo acostumbro siempre a decir que hay que preguntar: ¿quiénes conocen en la investigación?, ¿a quiénes sirve el conocer?, ¿con quiénes se conoce?, ¿contra quiénes se conoce?, ¿cómo se conoce?, ¿por qué se conoce?, ¿para

qué?» (Freire, 1985, p. 37) En estas preguntas formuladas por Freire está la esencia del carácter político de todo proceso investigativo, el cual asumimos durante el diseño y ejecución de nuestras prácticas educativas y socioculturales, acorde con las aspiraciones de clase de nuestro proyecto social.

Para cerrar con esta dimensión retomemos a Freire cuando afirma: «…una de las grandes tareas políticas que hay que cumplir es la persecución constante de hacer posible mañana el imposible de hoy, cuando sólo a veces es posible hacer viables algunos imposibles del momento.» (Freire, 1995, p. 121).

ORGANIZATIVA

«El compromiso social de la Educación Popular, enfatiza su vocación clasista. Por eso es que creemos que el término «popular» no es más que una referencia a este carácter definitivamente clasista, que ubica el proceso educativo como un proceso ligado a las necesidades, exigencias e intereses de las clases populares.» (Oscar Jara, 1984:17-18)

Actualmente las experiencias más desarrolladas de Educación Popular no sólo se plantean como objetivo el fortalecer una conciencia *crítica* en las masas populares, Aino que también asumen de manera mucho más precisa el fortalecimiento y desarrollo de una conciencia de clase en las masas populares de nuestro continente. Pero, ¿qué significa fortalecer y desarrollar la conciencia de clase?

La conciencia de clase no se mide por el nivel de instrucción escolar, ni por la capacidad de memorizar definiciones o conceptos *revolucionarios*. La conciencia de clase no se mide tampoco por la *claridad política* individual que adquiere tal o cual miembro de las clases populares. Es siempre una conciencia social, colectiva, expresada en determinado grado de organización de clase, como manifestación consciente de la práctica que realiza. La conciencia de clase no existe, sino como práctica organizada, consciente, de clase.

La conciencia de clase no está desligada de la práctica de clase, no existe en abstracto sino como expresión de seres humanos conscientes, es decir, grupos concretos de personas que piensan y actúan con claridad en la vida real.

El proceso de formación y consolidación de las organizaciones de clase (económica, política y cultural), es un elemento sustancial en este proceso. Organizándose de acuerdo a sus propios intereses, para luchar por ellos, las masas superan la dispersión y el aislamiento. Esta organización permite ejercitar acciones colectivas autónomas y autosuficientes que fortalezcan la confianza en sus propias posibilidades.

La organización permite planificar, experimentar, evaluar y criticar colectivamente acciones de luchas concretas, cimentadoras de su identidad como clase. Ante tareas del presente, exige tomar en cuenta las experiencias del pasado y descubrir así las raíces de una memoria colectiva que recobra actua-

lidad y sentido. Las acciones organizadas permiten descubrir que para satisfacer los intereses de clase, no bastan las conquistas inmediatas, sino la necesidad de enrumbarlas hacia la consecución de un proyecto histórico alternativo al actual: la construcción de una nueva sociedad donde desaparezca la explotación económica, la dominación política y la dependencia cultural.

En resumen, la organización y la conciencia de clase, serán la expresión de una práctica histórica consciente de transformación integral y radical de la sociedad, la cual abarcará tanto las estructuras como las mentalidades, las circunstancias materiales como los hombres que viven, piensan y actúan sobre ellas.

La formación y consolidación de la organización de clase, suponen, por tanto, la existencia de un esfuerzo activo, ordenado y sistemático de análisis, estudio y reflexión sobre la práctica y a partir de ella para llevarse a cabo. He aquí el lugar y el sentido de la Educación Popular. Dentro de estos términos, el objetivo de la Educación Popular de fortalecer la conciencia de clase de los sectores populares, no puede significar otra cosa que impulsar una acción educativa liberadora dentro de la misma práctica política, como una dimensión necesaria de la actividad organizativa de las masas.

Por esta razón, las modalidades y formas que puede asumir la Educación Popular pueden ser múltiples y variadas, dependiendo de las necesidades, características y exigencias del movimiento popular del cual es parte.

La Educación Popular aparece con una intencionalidad eminentemente política, a pesar de que toda actividad educativa lo es. No busca conocer o contemplar la realidad social desde fuera, sino descifrar desde el interior del movimiento histórico, su sentido, interviniendo activa y conscientemente en su transformación y hace de la espontáneidad de las masas una actividad transformadora revolucionaria, o sea, teórico—práctica.

«La Educación Popular, pues, será tal, en la medida que sea –efectiva y prácticamente—un arma que permita a las clases populares asumir organizadamente con lucidez y pasión, su rol de sujetos activos en la construcción de la historia.» (Jara, 1984:19-20)

En Cuba donde las masas populares alcanzaron el poder político, la Educación Popular tiene una significativa importancia en la actividad dirigida a fortalecer las organizaciones existentes, mediante el perfeccionamiento de su gestión desde adentro por parte de sus miembros.

En las comunidades es de vital importancia la actividad educativa de la Educación Popular encaminada a manifestar la necesidad que tienen los vecinos de organizarse de acuerdo con sus problemas, para entre todos hallar soluciones pertinentes.

Finalmente presentamos la dimensión socio-afectiva o sicológica, propuesta que realizamos debido al actual papel desempeñado en el devenir de las diferentes prácticas educativas en las cuales hemos convivido y del análisis realizado de otras experiencias impulsadas en el país.

SOCIO-AFECTIVA

La Educación Popular tiene en cuenta de forma permanente la esfera afectiva: los sentimientos, emociones, intereses, necesidades y motivaciones. Lo cognoscitivo no lo concebimos desvinculado de lo afectivo. En esta dimensión tomaremos el pensamiento martiano como fuente testimonial de estos postulados psicopedagógicos: «La capacidad de amar es el verdadero pergamino de nobleza de los hombres. Rey es el que ama mucho» (Martí, 1952, T. 22 p. 210).

«La enseñanza, ¿quién no lo sabe? Es ante todo una obra de infinito amor» (Martí, 1952, T. 11 p. 82) «¿Debe educarse a los hombres en contra de sus necesidades, o para que puedan satisfacerlas?» (Martí, 1952, T. 8 p. 428) «...todo esfuerzo por difundir la instrucción es vano, cuando no se acomoda la enseñanza a las necesidades, a la naturaleza y porvenir de los que la recibe» (Martí, 1952, T. 10 p. 327) «La variedad debe ser una ley en la enseñanza...» (Martí, 1952, T. 6 p. 234) «La atención se cansa de fijarse durante largo tiempo en una materia misma, y el oído gusta de que distintos tonos de voz lo sorprenda y lo cautive» (Martí, 1952, T. 6 p. 234) «Instrucción no lo es mismo que educación; aquella se refiere al pensamiento, y esta principalmente a los sentimientos» (Martí, 1952, T. 19 p. 375)

En el pensamiento pedagógico de Martí y en educadores precursores como Félix Varela y José de la Luz y Caballero, la preocupación por desarrollar una educación fundamentada en el amor y el respeto de los sentimientos humanos es una preocupación constante. Tempranamente se percataron de la importancia que tiene para el proceso pedagógico una adecuada motivación sobre la base de la satisfacción de necesidades e intereses. La variedad sobre la base del ingenio y la sensibilidad del educador constituyen condiciones indispensables de esta dimensión.

El trabajo sociocultural y educativo debe generar espacios donde sus protagonistas puedan satisfacer las exigencias de su esfera afectiva. En la actualidad las personas están sometidas a fuertes presiones de trabajo debido a sus múltiples responsabilidades sociales, profesionales y familiares. Mediante variadas técnicas se puede facilitar un proceso de satisfacción de necesidades afectivas como la comunicación, el reconocimiento, el afecto y la participación, entre otras.

Para ello es indispensable, adoptar una postura empática en la comunicación. Mediante variadas técnicas de animación propiciar la catarsis de sus problemas, preocupaciones, estados de ánimo, sentimientos y emociones. Desatar

la creatividad mediante variadas formas de expresión que puede ir desde la formulación de frases positivas hasta la actuación en socio-dramas y juegos de roles, pasando por la creación de poemas, canciones, dibujos y otras manifestaciones.

Lidia Turner, destacada educadora cubana, en su obra «Pedagogía de la Ternura», nos comparte la siguiente idea: «Seamos tiernos no solo al comunicarnos con nuestros niños, adolescentes y jóvenes, hagamos que nuestra ternura abarque la preparación, la planificación y la organización de cada acto educativo. Logremos que nuestra ternura nos haga más conocedores del contenido de la enseñanza, de los objetivos que nos orientan a alumnos y maestros y de los métodos que le dan vida al proceso pedagógico.

Pongamos todos, maestros y padres de nuestra América más sentimiento al educar, llevemos a vías de hecho como nos alertara nuestro Martí, una campaña de amor y de ciencia.» (Turner, 2001, p. 12).

Penetrar de ternura todo el proceso educativo, desde su concepción hasta su evaluación, constituye una premisa indispensable para que nuestras prácticas se conviertan en verdaderos espacios de construcción de conocimientos, valores, sentimientos, emociones, compromisos, convicciones y formas de hacer y sentir.

La satisfacción de las necesidades sicológicas constituye un fuerte factor motivacional en cualquier espacio educativo sociocultural. Las limitaciones materiales son suavizadas y muchas veces no sentidas, cuando el grupo y cada una de las individualidades que lo conforman, encuentran su satisfacción. Influye positivamente en el crecimiento humano al incidir en una esfera de vital importancia del hombre.

En resumen las dimensiones de la Educación Popular facilitan al grupo, orientarse en el diverso maremagno de factores, condiciones, eventos, fenómenos, accidentes y circunstancias que rodean su proyecto o experiencia comunitaria. Ellas contribuyen a organizar armónicamente estas contingencias para facilitar el mejoramiento de los sujetos y este dinámico y cambiante contexto sociocultural.

Bibliografía

Beltrán L. R. (2002). *Comunicación para el desarrollo*. Ponencia presentada en el IV Congreso de radios y televisiones locales, públicas y alternativas, Chipiona.

Cabrera, O. (1999). *Paulo Freire, su vida, convicciones políticas y el paradigma de la impugnación.* República Dominicana: Mediabyte, S.A.

Cloutier, J. (1975). *L'ére D'emerec ou la comunication audio-scrito-visuelle à L' heure des self-media. (*2ª ed). Canadá: Les Press de L' Université de Montreal.

Freire, P. (1985). *La dimensión política de la educación*. Quito: CEDECO.

Freire, P. (1990). *La importancia del acto de leer*. Lima: Tarea.

Freire, P. (1993). *¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural*. Méjico DF: Siglo XXI.

Freire, P. (1995). *Educación y política*. México: Siglo XXI.

Freire, P. (1996). *Cartas a quien pretende enseñar*. Méjico DF: Siglo XXI.

Freire, P. (1997). *Pedagogía de la autonomía*. México DF: Siglo XXI.

Freire, P. (2004). *Vídeo: Paulo Freire, Constructor de sueños. Transcripción.* Guadalajara: IMDEC.

Jara, O. (1984). *Los Desafíos de la Educación Popular*. San José: Alforja.

Jara, O. (1985). *Material escrito en Nicaragua*. [s.l.]: [s.e.].

Martí J. (1952). *Obras Completas. Tomos 8, 11, 12, 20 y 22.* La Habana: Editora Nacional de Cuba.

Park, P. (1992). *La investigación Acción Participativa. Inicios y Desarrollo*. Colombia: Universidad de Colombia.

Pasquali, A. (1979). *Comprender la Comunicación.* Caracas: Monte Ávila Editores.

Talízina, N. (1985). *Los fundamentos de la enseñanza en la Educación Superior. Conferencias.* La Habana: Universidad de La Habana.

Turner L. (2001). *Pedagogía de la ternura*. La Habana: Pueblo y Educación.

Varela, F. (1992). *Miscelánea filosófica*. La Habana: Pueblo y Educación.

¿Y los públicos…?

M Sc. Aida Martín Rodríguez

Audiencia, receptores, destinatarios, asistentes, públicos, espectadores, constituyen términos cercanos para los que de una u otra manera se vinculan con toda la diversidad de hechos culturales.

El diseño de la política cultural y de un conjunto de estrategias en correspondencia con objetivos previamente definidos conduce a la definición de todo un accionar que viabilice el logro de favorables resultados en materia de desarrollo cultural. Y pensar en este último implica la ocurrencia de un proceso a favor de la participación de la población en la vida cultural como espectadores, como creadores en alguna de las llamadas manifestaciones artísticas o combinando ambos roles según el contexto, el momento o las habilidades adquiridas, en uno u otro sentido. Encontramos diferentes niveles de participación: asistir en calidad de simple espectador asumiendo una postura que tiene que ver con el mero esparcimiento, asistir en frecuencia mínima o regularmente, ser destinatario no necesariamente como espectador directo, participar en decisiones asociadas a la planificación de procesos culturales. Las alternativas son varias.

Todo esto demanda por consiguiente el compromiso del Estado, de las instituciones de diverso carácter y de aquellas organizaciones que, por su encargo social, se relacionan más directamente con el propósito de intercambio entre población y cultura.

Entonces, si el desarrollo cultural se constituye en un objetivo primordial en su asociación con la política cultural, puede decirse que la promoción cultural se nos presenta como el conjunto de acciones que favorece la relación entre las personas y la cultura, entre el desarrollo de las manifestaciones artísticas y sus públicos, tratándose de un sistema cuyo funcionamiento trae como consecuencia que ambos polos se enriquezcan y beneficien recíprocamente.

La promoción cultural –puntualizando lo dicho en otras ocasiones- incluye acciones de animación, programación, creación, extensión, investigación, comercialización, conservación, rescate, revitalización, conservación y producción de bienes culturales, capacitación y enseñanza, entre otras. A ello se añade que la comunicación y la participación, sin lugar a dudas, acompañan el proceso en todos y cada uno de sus elementos constitutivos para dar respuesta a demandas culturales matizadas por peculiaridades institucionales, territoriales, comunitarias.

Resulta primordial insistir en la idea de la investigación como eslabón primero del proceso de promoción: ¿qué promovemos?, ¿para qué?, ¿por qué?, ¿para quiénes?, ¿qué valor enarbola?, ¿qué obra?, ¿qué creador?

Lo dicho apunta hacia una idea central que tiene que ver con el tema de los públicos, que pueden resultar comprometidos en mayor o menor medida, que existen o que se pueden formar, que recepcionan, analizan, disfrutan y enjuician. La promoción en su esencia pretende estimular un acercamiento al quehacer cultural, provocar la participación y el aprendizaje, fomentar motivaciones y de hecho transformar realidades al incidir en individuos y grupos humanos, así como favorecer nuevas miradas donde la apreciación y la creación marquen actitudes y conductas.

Los públicos no son estáticos, se renuevan, forman, diversifican y propician la reorganización del proceso de producción cultural.

Los resultados observables en tal sentido han sido una preocupación no solamente en nuestro país en las últimas décadas, existe una disminución de los que asisten, participan de alguna manera y se involucran en los procesos culturales. Los especialistas coinciden en que el «consumo» cultural a nivel doméstico es la causa principal de tal comportamiento en sentido general, incluyéndose la existencia de equipos reproductores con el correspondiente sistema de acceso y la comodidad que ello entraña, y a lo cual se unen razones económicas, de lejanía a instituciones y de falta de costumbre por la carencia de incentivos cultivados a través del tiempo.

Paralelo a ello surge la inquietud relativa a la formación de nuevos públicos que de hecho podría «resolver», en el mejor sentido de la palabra, la mencionada pérdida de interesados por las alternativas culturales que- o bien plasmadas en una propuesta de programación con ajuste a fechas, instituciones, eventos o presentada en otra modalidad para su disfrute- caracterizan particularmente la realidad actual.

La promoción como proceso implica la regularidad de su accionar, la constancia y la atención puesta, no solamente en lo inmediato de los resultados, sino una intención de futuro, de perspectiva, de gestación de intereses, gustos y actitudes que alcancen a generaciones del presente y del futuro. Esos son los principales resultados que deben derivarse de una labor sistemática en función de la promoción.

Sucede que ante un hecho cultural relevante no es necesario poner en juego, en ocasiones, resortes más allá de los conocidos -medios de comunicación fundamentalmente- para atraer diversos públicos. Esto es perceptible cuando se trata de eventos, por ejemplo, que han ido ganando un espacio preferencial y sentado pautas en el funcionamiento cultural del país, instituciones insignes que aseguran desde su imagen acontecimientos significativos o sencillamente la jerarquía de artistas que por sí mismos devienen fuentes promocionales a partir del reconocimiento social por el valor de sus obras. En otras ocasiones los hechos transcurren de otra manera y los deseos por lograr una elevada recepción entre diversos sectores de la población quedan solo medianamente satisfechos.

La labor de los medios masivos de comunicación en todas sus alternativas: radio, televisión, prensa escrita, así como la utilización de la tecnología digital con la impronta de su fuerza en estos tiempos, asumen para muchos la total responsabilidad en su correspondencia con las respuestas del público.

¿Y será así?

¿Acaso pensamos y aprovechamos del mejor modo posible todas las vías que puedan propiciar la respuesta de personas interesadas que deseamos?

¿ Y qué sucede a la hora de jerarquizar –o de no hacerlo- lo que realmente representa un valor que nutre, «cultiva», despierta el interés y puede llevarnos hacia una necesidad manifiesta y sostenida por la adquisición de saberes, apreciación de lo visto, escuchado, leído o sencillamente percibido desde la ingenuidad del no especialista? ¿O del especialista?

Este es un tema a debate permanente en el que pueden participar conocedores, críticos, creadores y públicos diversos, y lograr consenso o plantear divergencias. Pero en cualquier caso la idea es propiciar, del mejor modo posible, resultados favorables cuando se dinamiza y se estimula el acercamiento al arte y la literatura.

Quizás en ciertos casos lo más indicado es justamente apelar a la fuerte incidencia de los medios con sus canales y mensajes, de hecho es lo que sucede habitualmente con resultados diversos en el sentido de la comunicación como categoría que está presente en todo proceso de promoción, según lo ya apuntado. Puede suceder en otros casos que deban entrar en juego algunas otras alternativas para promover que respondan a coyunturas particulares a partir de la propuesta cultural de que se trate.

Resulta gratificante, sin lugar a dudas, constatar la mayoritaria aceptación de espectadores en determinados momentos puntuales. Ingentes esfuerzos conducen al éxito en muchas ocasiones y la interpretación de los resultados ocurre, como es usual, a partir de la visión del que juzga desde su propia subjetividad, experiencia, conocimientos, responsabilidad y compromiso en un proceso cultural.

¿Cuáles pueden ser los indicadores más seguros a la hora de considerar que un accionar promocional ha incidido de modo determinante en una respuesta de público?

¿Cifras de personas como concurrentes?

¿Juicios valorativos de los creadores, críticos, públicos?

¿Su integración?

Ahora surgen otras interrogantes:

¿Hacemos un estudio sistemático de nuestros públicos?

¿Lo hemos hecho solo puntualmente, de manera eventual?

¿Cómo abordar la formación-construcción de públicos desde su desconocimiento o parcial conocimiento solamente signado por lo observable, intuitivo o por cifras de participantes en propuestas de programación que no explican las causas que originan realmente los comportamientos apreciables?

¿Cuáles son los aspectos que subyacen en esa particular relación entre cada cual y una obra, que pueden hacerle fiel para una u otra manifestación, acercarle de modo sistemático provocando el surgimiento de intereses que resulten a largo plazo?

¿Existe una única vía para provocar un proceso formativo válido en cualquier caso?

Todas estas interrogantes, para ser respondidas, implican un análisis multifactorial, un estudio a profundidad de lo acontecido y a partir de ahí una profunda reflexión para diseñar con todas las herramientas requeridas una propuesta en función de un tránsito exitoso hacia mejores momentos.

Sucede que la mera existencia de una elevada cifra de espectadores conduce a no tomar en cuenta la necesidad de estudiar quiénes son los públicos con que hoy contamos para justamente, a partir de ahí, conformar programaciones eligiendo las mejores opciones para asegurar esa acertada construcción de públicos.

En décadas recientes han sido objeto de investigación los públicos de algunos eventos relevantes: festivales internacionales de teatro, Bienal de la Habana, festivales internacionales de ballet, Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano. En todos los casos el objetivo ha sido realizar una caracterización de los asistentes, fundamentalmente en lo relativo a composición sociodemográfica, motivaciones hacia una u otra manifestación y la evaluación del evento en cuestión, diríamos que desde la luneta. Los resultados indican una presencia básicamente de personas que se encuentran en la segunda o tercera década de sus vidas, con niveles de instrucción medio o superior, existiendo motivaciones generales o particulares que operan estimulando esa aproximación circunstancial o en otros casos regular a las diferentes opciones de programación a lo largo del año en el país. Es un comportamiento reiterado en momentos puntuales ante hechos significativos donde usualmente es peculiar la reacción de los espectadores.

La investigación sobre los públicos es una demanda permanente, toda propuesta puede tener y de hecho tiene su propio público, a veces más reducido y conocedor, otras más heterogéneo y voluminoso, la cuestión es indagar por qué se mueven los espectadores en uno u otro sentido y sobre todo a partir de ello, poder tomar decisiones que se reviertan sobre los mismos.

La experiencia ha demostrado que en momentos donde se yuxtaponen dos o más opciones significativas, quizás alguna de mayor fuerza social que otra,

resulta que se produce el fenómeno de la recepción paralelamente y fluye cómodamente sin pretender entorpecer, competir o demostrar una mayor filiación hacia una u otra.

Incuestionablemente el elemento de la CALIDAD se presenta como piedra angular de una labor encaminada a mostrar lo mejor de la producción cultural nacional y de otros espacios geográficos. Es la única manera de lograr el propósito formativo centrado en la adquisición de conocimientos, de valores éticos y estéticos que aseguren la riqueza cultural en individuos, grupos y en la sociedad en su conjunto. No obstante, es un aspecto complejo donde la selección, lo ajustado del juicio y la intención a favor del público demanda el concurso de un conjunto de fuerzas técnicas especializadas como precedente de un obrar acertado.

De modo particular aparece el rol del crítico que orienta, enseña, establece pautas, informa, descodifica y evalúa en un doble sentido: para el público y para el propio creador. Es una labor encomiable e imprescindible para todos, es la voz autorizada que puede aun desde su subjetividad colocar un producto de la creación en el lugar que le corresponde, haciendo de la polémica, la divergencia, el cuestionamiento, un punto de partida para el enriquecimiento y el aprendizaje a través del diálogo. Establece cánones de calidad.

Lo cuantitativo considerado como cifras de público, no va necesariamente de la mano de la calidad. Y ahí está, precisamente, el objetivo central para formar públicos: lograr la asiduidad, la motivación necesaria y deseada a propuestas de calidad.

¿Cómo formar los públicos que exigen estos tiempos si no funcionamos a favor de ese imprescindible binomio de manera sistemática?

Una elevada cifra de concurrentes en un espectáculo teatral o danzario, proyección cinematográfica, no es sinónimo de mejor opción, puede darse una propuesta de público reducido y excelente calidad. Muchos creadores establecen que más allá de cifras de asistentes su obra es el resultado de ese proceso laborioso de creación, saberes, talento y que no persigue únicamente una elevada cifra de receptores como medida de éxito o calidad. Los creadores resultan portadores de una personal percepción sobre su propio quehacer artístico, su alcance y perspectivas.

El público –ya lo sabemos- no existe *per se*, es preciso construirlo y para ello se hace necesario formar actitudes y conductas estimuladas a través de estrategias y un accionar promocional en correspondencia con la política cultural.

Si asumimos como público al conjunto de personas que participan de una misma afición, que concurren a determinado lugar, que comparten gustos, ¿entonces qué hacer con los demás?

Es decir, se habla de público real y de público potencial, los que asisten y los que no, los que se acercan a la producción cultural y los que no. ¿Cómo convertir al potencial en real? ¿De qué resortes podemos valernos?

Esta es una cuestión de tiempo, una batalla sin descanso, un objetivo que implica integrar ideas, reflexionar en la búsqueda de formas para atraer a los que aún no se han acercado, la realización de acciones evaluadas sistemáticamente, decidir ajustes y continuar adelante.

Para formar-construir públicos es preciso conocer quiénes lo son, quiénes podrían serlo y cómo se relacionan con la vida cultural en toda su amplitud. Los públicos son heterogéneos en su composición y por consiguiente en sus demandas, actitudes, percepciones, motivaciones y juicios.

Existen múltiples vías para atraer públicos, para formarlos. La realidad está sometida a un sinfín de influencias, movimientos, condiciones sociales, diferencias según contextos geográficos, comunitarios, misiones institucionales, experiencias de grupos e individuos que determinan cómo proceder en cada caso, partiendo del conocimiento profundo de cada realidad. Lo válido en un caso puede no serlo en otro, simplemente por razón de un horario en una programación o por una locación no ideal por sus dimensiones o ubicación.

Se insiste en el papel que desempeñan la familia, la escuela, los medios de comunicación y hasta los propios creadores en la formación de públicos; pero las propias instituciones en su acercamiento a éstos de hecho favorece esa necesaria relación con niños, jóvenes y adultos.

No se puede obviar que la aproximación de cada individuo con un producto de la creación artística entraña un juicio valorativo explícito o no, compartido o no, que comienza con la percepción directa a través de los órganos sensoriales y que se entremezcla con saberes adquiridos, imágenes en la memoria, entrenamientos especializados para enjuiciar, afectividad y todo aquello que conforma nuestra subjetividad.

En el mundo del teatro y la danza por ejemplo, una misma obra con igual elenco, en un mismo espacio de representación, muestra una variación de un día al siguiente en esa relación particular e irrepetible que se da entre actores/bailarines con los públicos. La primera lectura de una obra literaria pasa por el proceso de deconstrucción de mensajes/contenidos, en un segundo encuentro con la misma se reevalúa lo escrito, lo que está entre líneas, lo que nos influye como vivencia.

Disímiles encuentros y desencuentros tienen lugar igualmente con la obra plástica, la cinematográfica, la música y con todo producto de la creación artística.

En la percepción humana estamos en una etapa aptos para aprehender esencialmente aquello para lo que estamos preparados, otras capacidades pueden ser desarrolladas en el tiempo.

Formar públicos es una cuestión a realizar de manera pensada a partir del conocimiento profundo de la manifestación, a promover con ese propósito de construcción de una audiencia ávida donde las motivaciones engendran comportamientos y el acercamiento regular al hecho cultural.

¿Cómo estudiar los públicos? ¿Los reales y los potenciales?

Ambos deben ser objeto de estudio. La forma obedece a propósitos definidos previamente y los instrumentos también se ajustan en cada caso. Cuestionarios, entrevistas, análisis de documentos, la consulta a expertos, las técnicas grupales, la observación, son caminos a emplear según las intenciones. En ocasiones puede haber un propósito macro, cuantitativo, un estudio descriptivo de consumo cultural. Otras veces el alcance es menor en volumen y mayor en profundidad. O también se puede intentar un acercamiento a quienes declaran mantenerse ajenos a todo lo que sucede en la vida cultural.

Quizás se trata de una indagación para caracterizar públicos de eventos relevantes o de particulares hechos culturales, otra vez puede intentarse un diálogo entre un segmento del público y los creadores o los investigadores con otros fines.

Y este es indiscutiblemente el punto de partida para iniciar un proceso formativo que lleva de hecho la concepción de una estrategia a realizar en lo inmediato/mediato, según las finalidades previstas.

Solamente partiendo de un acertado estudio de las particularidades del(los) público(s) se pueden diseñar adecuadamente las programaciones, los servicios brindados por una organización, con la consiguiente fidelidad de sus asistentes, receptores o consumidores en el más amplio sentido de la palabra y considerando la diversidad de opciones que brinda cada manifestación cultural.

El ejercicio de la investigación sobre los públicos no es obra de lo meramente coyuntural, demanda una experiencia, un saber hacer por su sistematicidad y rigor científico, parte del conocimiento de contextos, historia, identidad, tradiciones, antecedentes de consumo cultural.

La labor sistemática de promoción cultural, el desarrollo de acciones de apreciación y creación artística de diferente carácter, la aproximación de instituciones a comunidades, escuelas, organizaciones sociales, la definición de segmentos poblacionales hacia los cuales dirigir el interés de estudio, constituyen puntos de partida en el propósito de de formar públicos. Este es ni más ni menos un desafío que se nos presenta, un reclamo de esos tiempos, una necesidad imperiosa a tono con los andares de nuestro quehacer cultural.

CONCLUSIONES

Las políticas culturales con sus estrategias y las acciones diseñadas con el propósito de promover la producción cultural en todas sus manifestaciones se encaminan a propiciar el desarrollo cultural de individuos, grupos y de la sociedad en su conjunto.

En tal sentido cobra especial interés el tema de los públicos y su formación, que demanda una evaluación permanente a partir de la pérdida apreciable de interesados en las diversas opciones que conforman la vida cultural del país.

El conocimiento los públicos reales que acompañan ¨desde su luneta¨ los resultados de la producción cultural y la posibilidad de detectar los públicos potenciales que pueden integrarse paulatinamente en la creación, interpretación y disfrute en diferentes niveles de participación en los hechos culturales, constituye un obligado punto de partida para poder reflexionar y proponer nuevos caminos en la formación de públicos.

Se trata de un proceso a mediano y largo plazo que tiene que ver con las particularidades de las instituciones y contextos con propósitos previamente definidos.

Lo cuantitativo y lo cualitativo, la intención de los creadores en el diálogo con sus públicos, la jerarquía de la información y la crítica, el papel de los medios de comunicación, la variedad de opciones y la segmentación de los públicos, son aspectos medulares a considerar en un propósito de estimulación de receptores, sobre todo si se pretende un acercamiento sistemático, el aprendizaje y el consiguiente enriquecimiento cultural que de ahí se deriva.

Las vías pueden ser diversas, sin embargo, el hecho que debe distinguir el proceso de construcción de públicos es la presencia de opciones de calidad que aseguren a los destinatarios una interrelación provechosa y el desarrollo de motivaciones en función de valores éticos y estéticos en correspondencia con la formación humana que propicia nuestra sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

Amaya Quincoces, C. (2008). *Gestión de mercadotecnia en el arte*. La Habana: Ediciones Logos.

Centro Nacional de Superación para la Cultura. (2006). *Selección de lecturas sobre Promoción Cultural*. La Habana: Editorial Adagio.

Jiménez López, L. (2000). *Teatro y públicos. El lado oscuro de la sala*. México: Editoriales Gaceta.

Martín Rodríguez, A. (1996). *Agentes de desarrollo sociocultural. Un estudio cualitativo*. Tesis de Maestría no publicada, Instituto Superior de Arte, La Habana, Cuba.

Martín Rodríguez, A. (1984). *Informe del público asistente al Festival de Teatro de La Habana 1984.* Manuscrito no publicado.

Martín Rodríguez, A. (1987). *Informe del público asistente al Festival de Teatro de La Habana 1987.* Manuscrito no publicado.

Martín Rodríguez, A. y Casanovas Pérez-Malo, A. (1982). *Algunos datos acerca del Público asistente al FTH-82.* Manuscrito no publicado.

Martín Rodríguez, A. y Casanovas Pérez-Malo, A. (1988). *El Festival de Teatro de La Habana y su público.* Manuscrito no publicado.

Martín Rodríguez, A. y Casanovas Pérez-Malo, A. (1989). *Estudio de la opinión del Público sobre el Festival Varadero'88.* Manuscrito no publicado.

Martín Rodríguez, A. y Casanovas Pérez-Malo, A. (1989). *Estudio de público asistente al X Festival de Cine Latinoamericano.* Manuscrito no publicado.

Martín Rodríguez, A. y Casanovas Pérez-Malo, A. (1990). *El Público en la Tercera Bienal de La Habana.* Manuscrito no publicado.

Martín Rodríguez, A., Casanovas Pérez-Malo, A. y Sala Santos, H. (1990). *El Público En el Festival de Teatro Latinoamericano Camagüey'90.* Manuscrito no publicado.

¿Cómo acercarnos a nuestros públicos?

Por: M Sc. Gabriel Enrique Gutiérrez Menéndez

«¿Qué es, pues, público? Clave, es la gente?»(Puig T. 1998: 21)

Esta es una entre las muchas definiciones de público que podemos encontrar tanto en textos de gestión, comunicación o promoción en particular. Sin embargo es una mera abstracción, una definición de muy amplia generalidad con la cual es imposible trabajar desde la comunicación.

No se trabaja con toda la gente de una vez, eso sería demasiado pretencioso y complejo para la propia organización. Públicos son aquellas personas que están directamente vinculadas a las misiones de la organización sin importar su ubicación geográfica u organizacional; pero sí ante todo, su vínculo con las misiones, objetivos y acciones que éstas desarrollen para el cumplimiento de su misión social, que es un servicio global del cual se desprenden otros servicios de la organización directamente relacionados con la satisfacción de necesidades de esas personas a ellas vinculadas. «Un público puede ser definido como un conjunto de personas u organizaciones que, por su vinculación con nuestra entidad o actividad, constituye un interés de nuestra comunicación « (Piedra, M. et al., p. 50).

A su vez las organizaciones son agrupaciones de personas unidas por un interés común, con fines muy bien definidos y compartidos de manera colectiva. Mantienen permanentes intercambios con el ambiente en el cual se desenvuelven y sostienen su actividad a partir de determinar sus propias estrategias, estructuras, recursos necesarios para el alcance de las metas previstas y un conjunto de sistemas que facilitan los intercambios internos y sus interrelaciones con el entorno para el logro de las transformaciones necesitadas y reconocidas.

La correcta definición de la misión y visión organizacional, desbrozan el camino para la identificación de los públicos con los cuales ha de vincularse la organización. Muchas organizaciones no tienen claridad de su misión o concentran su atención en servicios periféricos, lo que distorsiona su percepción de los públicos con los cuales ha de vincularse para el desarrollo de los diferentes servicios que permitirán el alcance de las metas propuestas.

Por todo lo anterior podríamos determinar cinco momentos importantes en la relación público-organización y que todo el equipo ha de considerar en los diseños estratégicos globales y de comunicación en particular.

1. Identificación de los públicos. Este procedimiento vinculado a la misión organizacional permitirá la construcción de un mapa de públicos en todos

los ámbitos de actuación de la organización (internos y externos). ¿A quién o quiénes van dirigidos nuestros servicios, a quiénes deseamos llegar, con quiénes tenemos que relacionarnos para poder cumplir nuestra misión? La identificación de los públicos nos dará la medida de la diversidad de públicos asociados a la organización desde sus diferentes estrategias y servicios, así como lo complejo de un diseño de comunicaciones marcado por la personalización de los medios y mensajes con los cuales se pretende transmitir la idea de qué es y qué quiere ser la organización, los valores que la sustentan, etc.

2. Segmentación de los públicos. Conocimientos de rasgos comunes que los identifican, los distinguen y que facilitan conocer el número de personas que los integran.

3. Estudios de los públicos. Facilita el conocimiento al detalle de los públicos toda vez que aportan información valiosa relacionada con gustos, preferencias, posibilidades, vías de obtención de la información, canales frecuentes empleados para comunicarse, conocimiento que tiene sobre la organización, datos sociodemográficos, nivel de instrucción, vínculos laborales, etc. En este momento juega un papel muy importante el empleo de diferentes métodos y técnicas de la investigación que aseguren la obtención de la información necesaria y oportunidad para la toma de decisiones.

4. Jerarquización de los públicos. Se trata de construir un mapa de relaciones, desde prioridades, marcadas por la incidencia de cada uno de los públicos en la concreción de la misión, el alcance de la visión y el cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos y los servicios. Este mapa de relaciones ha de evaluar los ambientes internos, externos y las relaciones interno-externas, reflejo de la complejidad de las mismas, sus dinámicas e interconexiones. Este proceso de jerarquización de los públicos es flexible, estableciéndose desde la propia misión y a partir de los objetivos-servicios diseñados.

5. Estrategias de formación y desarrollo de públicos. No por último este momento es menos importante, al contrario, marca la bidireccionalidad de los compromisos organización-públicos, genera con mucha fuerza sentidos de pertenencia, da credibilidad y confianza a públicos y organización y establece un punto de crecimiento de ambos. Estas son estrategias flexibles, dinámicas, diversas en formas y modalidades, como también diferenciadas a partir de las características de cada uno de los públicos con los cuales se vincula la organización.

Caminar desde los públicos potenciales (gobiernos, organismos, organizaciones territoriales, comunidades, medios de comunicación, estudiantes, etc), hasta los públicos objetivos, también llamados públicos metas, y que no son más que los que participarán e intercambiarán directamente con nosotros, sobre quienes recaerá directamente nuestra acción (niños y niñas de la enseñanza primaria con interés en la música, hombres y mujeres de la tercera edad con

afecciones visuales, profesores de las escuelas de la enseñanza artística, jóvenes comprendidos entre las edades 15 y 25 años afectados por ITS-VIH-SIDA, creadores e intelectuales de la comunidad, especialistas, directivos y trabajadores de la propia organización, etc.), nos permitirá un mejor entendimiento mutuo y un diseño más personalizado de todas nuestras comunicaciones.

Este acercamiento a los públicos objetivos favorecerá el diseño de nuestras comunicaciones con estilos propios y movilizadores desde los sentimientos, que hagan pensar a esos públicos permanentemente en nuestra organización para la solución de sus necesidades, motivándolos a tomar decisiones que prioricen a nuestra organización.

Todos estos elementos son imprescindibles para la elaboración de las estrategias comunicacionales y por tanto para el diseño, organización, ejecución, control y evaluación de programas o campañas promocionales en las organizaciones.

Por su importancia nos referiremos sólo en esta ocasión, a las estrategias de formación y desarrollo de públicos, de vital importancia para las organizaciones contemporáneas. Pocos autores significan estas estrategias en la literatura sobre Gestión, Comunicación y Promoción, razón de peso para detenernos por un instante para valorar cuán importantes y necesarias son, pero realizando una mirada a las organizaciones culturales vinculadas al quehacer de la cultura artística y literaria.

Lucina Jiménez (2002, p. 51) se refiere al desarrollo o construcción de públicos, de las organizaciones culturales reconociéndolo como «… proceso a través del cual promotores, instituciones y artistas facilitan el que diversos grupos amplíen sus conocimientos y sus posibilidades de aprendizaje e interacción con el arte» continúa diciendo «… es la creación de actitudes, sensibilidades, disposiciones, creencias y prácticas relativas a la posibilidad y capacidad de disfrute de las diversas expresiones artísticas , en las mentes, en los sentidos y en los cuerpos de los espectadores habituales y potenciales «.

Su análisis se enfoca, fundamentalmente, al desarrollo de los públicos para lo cual reconoce dos estrategias: lineales (basadas en el consumo, el acceso a los bienes y servicios culturales, la oferta, el producto, movidas en entornos de mercado) o multineales (basadas en la vinculación social con marcado énfasis en las relaciones interpersonales, valorizan los significados desde los referentes sociales, promueven la participación y el intercambio). En su análisis no especifica lo que ella reconoce como construcción de públicos.

Desde nuestra perspectiva, la formación supone dotar a los públicos de conocimientos y habilidades que le permiten interactuar con el objeto, o sea, ponerlo en contacto con la realidad en la cual se desenvuelve, relacionándolo con ella de forma tal que sienta un compromiso con la misma y actúe transformadoramente sobre ella.

Es indiscutible por tanto, la influencia e incidencia ejercida en este proceso por la sociedad, la escuela y la familia como también la prioridad que debe tener en estas estrategias mencionadas, la intencionalidad de la educación en valores en tanto principios morales, éticos, de solidaridad, de preferencias culturales que guíen los juicios y las actuaciones de esos públicos en sus interacciones con la sociedad y con la organización a la cual se vinculan.

El proceso de formación y desarrollo de públicos vinculados a las estrategias de desarrollo sociocultural, ha de tener una significación especial para las organizaciones y sus líderes, llamados a sentir la responsabilidad que ello entraña y los obliga a conocerlos, estudiarlos, facilitarles información, darles participación no sólo como simples espectadores sino también en el acto de creación, producción y promoción, proceso complejo pero no imposible. Realizable en la misma medida en que ese público eleve su nivel de instrucción a partir de las diferentes estrategias de desarrollo social planteadas por el estado y en las que se involucran un número amplio de organismos, organizaciones e instituciones y con un papel protagónico de la familia en la educación de los gustos estéticos de los mismos.

Los procesos de formación y desarrollo de públicos tienen un carácter continuo y deberán ser diseñados, ejecutados, controlados y evaluados desde una perspectiva diferenciadora, tendente a integrar desde la participación a cada uno de los interesados. Posibilitan a estos asumir el hecho artístico con conocimiento de causa, apreciarlo y disfrutarlo plenamente.

Estos procesos involucran a diferentes actores sociales en el afán de elevar la cultura individual y colectiva para lo cual son factibles de emplear diferentes vías y medios como veremos a continuación cuando les proponemos una aproximación al Ballet Nacional de Cuba y el desarrollo de esta manifestación artística en el país, que permitirá conocer cuánto y cómo se ha trabajado en la formación de públicos, que cada día crece y le es más fiel a esta manifestación danzaria, y en la promoción del arte de la danza y la cultura.

Imprescindible en este empeño, ha sido el apoyo brindado en todos los órdenes por el Estado Cubano, el Partido y el propio líder de la Revolución, al alentar el desarrollo de una idea, convertida en proyecto y transformada en realidad: La Escuela Cubana de Ballet, hoy reconocida y admirada en el mundo entero.

El surgimiento y desarrollo de la Enseñanza Artística y con ella del sistema de academias y escuelas de ballet, son concreción de la voluntad política de hacer llegar el arte y la cultura a todas partes del país y una condición indispensable para la continuidad de la obra iniciada a partir del trabajo especializado con estudiantes y profesores de esta manifestación.

Sólo el diseño y ejecución de una estrategia de formación y desarrollo de públicos, unido al surgimiento y desarrollo del sistema de escuelas y academias,

podía borrar a escala social prejuicios, incomprensiones, exclusiones, valoraciones incorrectas relacionadas con artistas y creadores vinculados a esa manifestación e involucrar, desde el reconocimiento de su verdadera función social a otras instituciones, organismos y organizaciones, en la promoción para el pueblo (como público potencial; los públicos agrupados desde intereses, gustos, preferencias, edades, etc.; públicos reales; públicos objetivos) de las esencias de su arte verdadero.

Alicia Alonso, Prima Ballerina Assoluta, maestra y promotora por excelencia, con su ejemplo diario ha arrastrado tras sí ya no sólo a la compañía misma, en este empeño de dar a conocer el arte de la danza y formar nuevos públicos, sino también a profesores, estudiantes y amantes del ballet. Su mirada promisoria y su trabajo en equipo ha estado dirigido en función de los procesos de formación y desarrollo de públicos enfocado tanto al publico interior de la compañía, como a los públicos externos, división esta apenas reconocible por la dedicación y constancia en ambas direcciones.

Con antecedentes en la década de los años 60 del siglo pasado, 1970 marcó el inicio de un proyecto que ha permitido al Ballet Nacional de Cuba desarrollar funciones didácticas a todo lo largo y ancho del país, y contribuir con ello a la formación de un público para esta manifestación artística.

Escuelas, fábricas, unidades militares, centros de entrenamiento deportivo, hospitales, escenarios improvisados en los más recónditos parajes de nuestro archipiélago, han posibilitado el disfrute de espectáculos donde parejas de esta insigne institución cultural, han bailado pasajes de Giselle, El Lago de los Cisnes u otros y el acercamiento a este arte, desde bien estructuradas conferencias sobre la historia de la cultura, la apreciación e historia de las artes o la técnica del ballet.

Primeros bailarines, estudiantes, maitres, profesores y/o historiadores, en calidad de promotores culturales, han llevado el arte danzario al pueblo cubano, enseñándolo a conocerlo y disfrutarlo. Estas confrontaciones cara a cara del Ballet Nacional de Cuba con sus públicos, permiten un intercambio franco y abierto, que acerca al artista y el arte a la cotidianidad de los públicos.

> *«Mi mayor obra ha sido contribuir al enriquecimiento de millones de personas, desde la Punta de Maisí hasta el Cabo de San Antonio, cruzando ríos, subiendo lomas, en mulos o guarandingas, llenándome de tierra (…) Con los años elaboré un método para aproximarme al auditorium, pero que es resultado de la ayuda que me dieron otros. Nadie se engañe, uno solo no crea nada, uno es el fruto de muchos. En mí están Alicia, Sarah Pascual, las cuatro joyas, los bailarines, la historia del Ballet Nacional de Cuba. La mayoría de los amantes en potencia del ballet desisten de acercarse a él asustados porque consideran sus «límites para entenderlo», sin sospechar que su sensibilidad se encargará de guiarlos en esa concomitancia .Quienes presencian las galas didácticas, pronto se interesan por ir a los teatros para disfrutar dicho arte y enriquecer sus conocimientos»* [1]

La fundación del programa radial *Ballet*, por la emisora *Radio Musical Nacional,* en 1969 y la existencia de la revista *Cuba en el Ballet,* fundada en 1970, han permitido también a lo largo de estos años un acercamiento del público amante de la danza, y en particular del ballet, a su historia, el conocimiento de las circunstancias sociales en que surgen, sus principales coreógrafos, bailarines, la explicación técnica necesaria para especialistas, las articulaciones del ballet con otras áreas del quehacer creativo del arte en Cuba y el mundo y además, seguir de cerca la labor internacional del Ballet Nacional de Cuba mediante la crítica especializada.

Los reportes críticos de la prensa cubana especializada son otra vía de promoción y formación continua. Ada Oramas, Toni Piñera, José Luis Estrada y Conchi Pérez Fernández destacan por sus artículos en la prensa escrita y televisiva, sobre el quehacer del Ballet Nacional en Cuba en nuestro territorio y en el exterior, el desempeño artístico de los bailarines, sus éxitos internacionales, la calidad de los programas artísticos de la compañía, lo que contribuye, desde su valoración especializada, a esa intención de desarrollar el público.

Un proyecto importante, con resultados de calidad reconocidos por sus aportaciones de talentos, lo constituyó la conformación de **La joven Guardia del Ballet Nacional de Cuba,** experimento educativo, surgido dentro de los planes de superación de los integrantes de la compañía, con la inspiración y el apoyo de Alicia y conducido por la maitre Laura Alonso, en el que se involucró a bailarines de otras compañías como las de Camagüey, Santiago de Cuba, Holguín, el Ballet ICRT, Conjunto Artístico de las FAR, en función de su desarrollo artístico-profesional. Varias fueron sus giras por diversas provincias del país, como también por Nicaragua y Perú. De esta última, Cabrera, M. (1988), recoge la siguiente cita de La Crónica del 8 de mayo de 1988:

> *«La joven guardia es la expresión en nuestros tiempos de una política que siempre tuvo el Ballet Nacional de Cuba: Preparar su futuro.»*

El Centro de Promoción de la Danza, bajo la dirección de Laura Alonso, ha promovido y desarrollado los Cursos Prácticos Internacionales de la Escuela Cubana de Ballet, CUBALLET (verano e invierno), desarrollados con la participación de jóvenes bailarines, estudiantes y profesores de diferentes nacionalidades interesados en la metodología cubana de la enseñanza de este arte.

Los cursos organizados por el Departamento de Docencia Especializada, para niños, jóvenes y adultos sobre folklore, danza moderna, danzas españolas, ballet, fueron otra vía para la formación de públicos, a lo que se une la realización de espectáculos didácticos (ballet, baile español, teatro dramático, ópera, zarzuela, etc.) efectuados como parte de un programa de difusión cultural, donde el Gran Teatro de la Habana propició el desarrollo de estudian-

---

[1] *Palabras de Orlando Montes a nombre de la Dirección del Consejo Museo Nacional de Bellas Artes. En Cuba en el Ballet 5,(1), 43.*

tes de preuniversitarios de la capital Estos fueron conducidos por Miguel Cabrera, con el objetivo de incrementar la asistencia de este público a los espectáculos donde actuaba la Joven Guardia del Ballet Nacional de Cuba junto a otras instituciones culturales y a la vez incidir en su preparación cultural desde la formación estética.

Se destaca en este conjunto de acciones de formación, los ciclos de conferencias especializados impartidos para los Clubes de Amigos del Ballet. E igualmente las charlas, conferencias, presentaciones con fragmentos de obras interpretadas por bailarines del Ballet Nacional y conducidas por el maestro Miguel Cabrera.

«… estas conferencias han sido la primera gran actividad del Ballet Nacional de Cuba con los círculos de amigos del ballet. Nosotros, como museo, pensamos que eventos como este ayudarán a engrandecer la cultura. Más que el fin de una velada esta noche ha de significar la continuación de un hermoso trabajo que seguramente llevaremos adelante, ustedes, el Ballet Nacional de Cuba y nosotros que siempre estaremos dispuestos a abrirles nuestras puertas»[2]

Estas intenciones de formación de públicos especializados en el mundo del ballet también han hallado su expresión en la proyección internacional del Ballet Nacional de Cuba, donde se destaca la creación de la Cátedra Alicia Alonso, en la Universidad Complutense de Madrid, España, a lo que se une el desarrollo de asesorías en academias e instituciones danzarias de un amplio grupo de países (México, Perú, Venezuela, Ecuador, Italia, Polonia, Dinamarca, Austria, etc.)

Por su alcance social y sus usos con preferencia por una gran parte de la población cubana, la televisión constituye un medio eficaz para estrategias de formación y desarrollo de públicos. El ballet, en tanto expresión de buen arte, ha sido promovido en destacados espacios televisivos como **De la Gran Escena y Bravo**, permitiendo disfrutar de lo mejor de la danza mundial. **La Danza eterna,** otro espacio televisivo nos acerca, mediante entrevistas o visualizaciones de ballet completos, a estilos y tendencias diversas, versiones coreográficas de reconocidas obras del repertorio clásico, compañías y figuras emblemáticas de la danza mundial, por lo que brinda la oportunidad de conocer la técnica y los códigos simbólicos mediante los cuales se expresan los representantes de tan exquisito arte.

Una gran escuela resultó el ciclo Apreciación e Historia del Ballet en **Universidad para todos,** del canal educativo de la Televisión Cubana. Posibilidad única de aprender de la mano de Miguel Cabrera, historiador del Ballet Nacional y de Alicia Alonso, en su condición de maestra, todos los secretos del

---

[2] *Eusebio Leal en la Gala de Loipa Araujo el 22 de diciembre de 1985. En Cuba en el Ballet.5, (2),16*

ballet. CLASE MAGISTRAL, legado para las nuevas generaciones de una leyenda viva de la danza, del símbolo por excelencia de la Escuela Cubana de Ballet quien con su magisterio conversó no sólo de los elementos técnicos, de épocas y estilo que hacen posible la puesta en escena, sino también y con mucho énfasis de los valores que han sostenido el batallar del Ballet Nacional de Cuba a lo largo de todos estos años entre los que destaca: perseverancia, amor al trabajo, disciplina, co-responsabilidad, fidelidad y compromiso, entre otros.

> *«Alicia Alonso, Loipa Araujo, el Ballet Nacional de Cuba, no han aceptado nunca un homenaje que no vaya unido a su cubanía. La cubanía es el símbolo distintivo de su obra creadora, la energía y la fuerza que tiene el ballet, su continuidad en el tiempo y la heredad que dejará mañana no es otra cosa que su fidelidad a la cultura nacional cubana dentro de lo universal. Es su extraordinaria integración al quehacer y al hacer del pueblo cubano. En momentos de agonía para Cuba, en instantes de soledad, en momentos en que la frontera custodiada por nuestros soldados estaba a punto de ser agredida; el Ballet, en otros escenarios del mundo, levantaba la estrella solitaria y hacía que el aplauso fuese una victoria; y pudo más el ballet, hizo tanto el ballet como un batallón en un campo de batalla»*[3]

Otro momento transcendental en este proceso de formación de públicos lo constituyen los Festivales Internacionales de Ballet de la Habana, encuentro mundial con la danza al cual acuden cada año críticos, bailarines, maitres, profesores, estudiantes y públicos especializados de todas partes del mundo. Talleres, seminarios, intercambios y otras muchas modalidades permiten profundizar en el conocimiento sobre el ballet, unido a galas de muy alto nivel internacional que aseguran al público cubano (*balletómanos* o no) participar de este acontecimiento que en cada edición gana más adeptos. La presencia del festival en poblados del interior del país, en tanto subsedes, (Güira de Melena, Isla de la Juventud, etc.) es otra vía para promocionar esta manifestación y ganar nuevos públicos.

Los programas de mano de cada una de las funciones de nuestro ballet, por sencillos que parezcan son fuente de conocimiento para el público que se adentra en las complejidades de esta manifestación artística, por sus detalladas descripciones de las puestas en escena y una vía para promocionar el talento artístico. Conocer los argumentos de cada historia contada facilita al espectador una mejor comprensión y disfrute del hecho artístico.

Por su cercanía en el tiempo y el impacto que causó en todo el público cubano (conocedor o no del ballet), es válida la referencia de la visita a La Habana del Royal Ballet de Londres. Sus presentaciones en el año 2009, en la sala García Lorca, del Gran Teatro de la Habana y en el teatro Karl Marx, además de los encuentros del público al finalizar las presentaciones de cada noche con bailarines, directivos y especialistas, resultaron oportunidad única e inolvidable para los amantes del ballet en Cuba

Es posible, desde una institución vinculada al arte y los procesos de creación y promoción artística, diseñar y ejecutar no sólo servicios culturales que respondan a las necesidades estéticas, artísticas y culturales de la población, sino también dirigir esfuerzos de formación a públicos con determinados objetivos o metas (especialistas de arte, de danza, críticos de ballet, estudiantes de arte, humanidades o en particular de ballet, trabajadores del mundo interior del teatro desde los oficios, que con su labor realzan el hecho escénico bien sean vestuaristas, maquillistas, escenógrafos, etc.) o simplemente diseñar estas acciones para obreros, estudiantes, niños y niñas, deportistas, pobladores de las urbes capitalinas o las serranías, con el objetivo de contribuir a su educación estética y con ello al mejoramiento de su calidad de vida.

Las organizaciones culturales en su afán de formar y desarrollar públicos deberán trascender la división de sus públicos en internos y externos (que normalmente hacen los especialistas en comunicación) y anteponer, en cada caso, los objetivos y las metas a alcanzar con cada uno de los públicos, a partir del reconocimiento permanente de su misión y de la relación de la misma con éstos..

La visión de los líderes es condición básica para trascender los formalismos que a veces imponen los procesos regulares de formación e involucrar en la ejecución de la propuesta formativa a diferentes actores sociales interesados y en condiciones de aportar sus saberes, experiencias y nuevos modos de actuación.

La diversidad de modalidades y canales empleados son garantías para la diferenciación de los servicios formativos, el óptimo aprovechamiento de las oportunidades que nos brinda el entorno organizacional y ganar, para la organización, multiplicadores conocedores, comprometidos y capaces de atraer nuevos públicos.

Bibliografía.

Amaya Quincoces, C. (2008). *Gestión de mercadotecnia en las Artes.* La Habana: Ediciones Logos.

Cabrera, M. (1988, julio-septiembre). De nuevo en Perú. *Cuba en el ballet 7,* (3), 19-21.

Hernández Gómez, A.R. (2007). *Mercadotecnia en la empresa cubana: Continuación de un desafío.* La Habana: Ediciones Logos.

Hernández Gómez, A.R. (2009). *Planificación de mercadotecnia en las empresas cubanas.* La Habana: Ediciones Logos.

Jiménez López, L. y King Miranda, C. (2001). *Gestión Cultural para profesionales* y administradores de proyectos artísticos. Estrategias para recaudar fondos y *desarrollar públicos*. Ciudad México: Miranda Foundation.

Leal, E. (1986, abril-junio). *Cuba en el ballet, 5,* (2), 14-19.

Morales Cartaya, A. (2009). *Capital humano. Hacia un sistema de gestión en la empresa cubana.* La Habana: Editorial Félix Varela.

Noticias… (1986, enero-marzo). *Cuba en el ballet, 5,* (1), 38-43.

Pérez, R.A. (2001). *Estrategias de comunicación.* Barcelona: Editorial Ariel.

Puig, T. (1998). *El marketing como gestión de las artes para la cultura del milenio.* Barcelona: Agencia de Servicios con las Asociaciones.

Piedra, M. et al. (2002). *Manual de Relaciones Públicas.* La Habana: Ediciones Logos.

De los autores

- **Aida Martín Rodríguez:** Profesora Principal del Centro Nacional de Superación para la Cultura. Licenciada en Psicología y Máster en Desarrollo Cultural. Trabaja los temas relacionados con la promoción cultural y la metodología de la investigación.

- **Julia Carriera Martínez:** Profesora Principal del Centro Nacional de Superación para la Cultura. Licenciada en Educación en la especialidad de Química. Máster en Educación. Trabaja los temas relacionados con la gestión de proyectos socioculturales, la investigación sociocultural y el desarrollo de la inteligencia, la creatividad y el talento.

- **Pedro Pérez Rivero.** Licenciado en Lenguas y Literatura Hispánicas. Profesor principal del Centro de Superación Provincial Félix Varela de Ciudad de la Habana. Miembro de la UNEAC.

- **Guillermo Julián Hernández Rodríguez:** Profesor Principal del Centro Nacional de Superación para la Cultura. Licenciado en Historia del Arte. Máster en Desarrollo Cultural. Trabaja los temas referidos a la antropología cultural y la promoción cultural.

- **Nidia González Rodríguez:** Master en Ciencias de la Comunicación. Responsable del Colectivo de Investigaciones Educativas. Graciela Bustillos. Presidenta de Honor de la Asociación de Pedagogos de Cuba.

- **Mariano Alberto Isla Guerra.** Profesor Principal del Centro Nacional de Superación para la Cultura. Doctor en Ciencias. Trabaja los temas relacionados con Educación Popular, y desarrollo comunitario.

- **Gabriel Enrique Gutiérrez Menéndez:** Vice-director del Centro Nacional de Superación para la Cultura. Licenciado en Educación en la especialidad de Marxismo Leninismo. Máster en Comunicación Social. Trabaja los temas de comunicación, gestión cultural, relaciones públicas y protocolo.